

# HdM

# aktuell

Ausgabe 2-2002 · ISSN 1618-6117

**Media Entrepreneur Center:**  
Unterstützung für junge  
Gründer an der HdM

**Gerd Finkbeiner:**  
»HdM-Ausbildung guter  
Start in die Praxis«

**Wege aus dem  
Informationsdschungel:**  
Erstes Symposium für  
Informationsdesign

**HdM-Image-Video 2002:**  
»What a Feeling!«

**HdM und SWR1**  
arbeiten »Hand in Hand«

**Tage im Zeichen der Workflows**

**Quarks & Co: von  
elementaren Teilchen und  
speziellen Bibliotheken**



## Vielseitig, lebendig und spannend

Schon beim Aufschlagen des Inhaltsverzeichnis können Sie es sehen, liebe Leserinnen und Leser: Die dritte Ausgabe »HdMaktuell« bietet Partnern, Interessenten, Freunden, Förderern und nicht zuletzt den Hochschulangehörigen ein buntes und spannendes Spektrum dessen, was Professoren, Mitarbeiter und Studierende der Hochschule während des Semesters auf die Beine gestellt haben.

Im neuen Heft erfahren Sie zum Beispiel, wer sich im Hochschulrat der HdM engagiert – ein Gremium, das seit September 2000 die Entwicklung der Hochschule mit gestaltet. Sie lesen unter anderem, welche Ziele die Hochschule der Medien in der Struktur- und Entwicklungsplanung verfolgt, wie Wasserzeichen in digitalen Medien aussehen oder welche Neuerungen es in der Druckausbildung gibt: ob bei den Workflow-Tagen oder dem Computer-to-Screen-Seminar – HdM goes digital!

Studierende wie Gäste und Besucher aus der Medienbranche schätzen die technischen Möglichkeiten, die die HdM für die Ausbildung – auch dank ihrer zahlreichen Partner – nutzen kann. Wer zu den Partnern zählt, erfahren Sie auch in »HdMaktuell«: Die Hochschule arbeitet mit dem Goethe Institut Inter Nationes ebenso zusammen wie mit der Universität für Bibliotheks- und Informationswissenschaft in Tsukuba, Japan, dem Stuttgarter Literaturhaus und dem SWR, dem Staatsministerium Baden-Württemberg oder Firmen wie Esko-Graphics, Lüscher AG oder MAN Roland Druckmaschinen AG.

Dort ist ein Absolvent der Hochschule seit Januar 1997 Vorstandsvorsitzender: Professor Gerd Finkbeiner. Das Gespräch mit ihm bildet den Auftakt für eine Interview-Reihe mit den Honorarprofessoren und Ehrensensoren der Medienhochschule. Denn Schritt für Schritt wollen wir »HdMaktuell« für Sie noch interessanter gestalten und Ihnen unter anderem die Menschen vorstellen, die sich seit Jahren in vorbildlicher Weise für der Ausbildung des Branchennachwuchses engagieren.

Damit der Nachwuchs fit ist für die Praxis, bemühen sich Kolleginnen und Kollegen, zahlreiche spannende Projekte für die Ausbildung zu akquirieren oder zu initiieren. Dazu zählen die


Vorhaben, die im Studiengang Print-Media-Management umgesetzt wurden, die media.lounge – die nun schon zum dritten Mal mit hochkarätigen Gästen an der Hochschule stattfand –, das literarische Café in der Stadtteilbücherei Degerloch, die Zeitschrift »point« der HdM-Werber, ebenfalls zum dritten Mal erschienen.

Einblicke in das Forschungsgeschehen an der HdM geben der Beitrag über Leseinteressen und Lektüregratifikationen von Jungen oder das erste Symposium für Informationsdesign.

»HdMaktuell« lebt vom Engagement der Hochschulangehörigen, die selbst zur Feder greifen und berichten, was während des Semesters in ihrem Verantwortungsbereich passiert.

Dafür bedanken wir uns und bauen weiter auf tatkräftige Unterstützung beim Beschreiben von Aktivitäten und Projekten der HdM. Doch Dank gebührt vor allem den Studierenden der beiden Studiengänge Druck- und Medientechnologie sowie Print-Media-Management mit ihren Betreuern: Sie haben dafür gesorgt, dass die Inhalte von Heft 3 gesetzt, gedruckt und weiter verarbeitet werden konnten und »HdMaktuell« zu einer Hochschulzeitschrift gemacht, deren Inhalte aus dem Haus kommen und auch dort verarbeitet werden – eine echte Hochschulzeitschrift!

Viel Spaß beim Lesen wünschen



Kerstin Lauer



Professor Dr. Stefan Grudowski

**Aktivitäten  
der Hochschule**

DR. LUZ-MARIA LINDER  
Das neue Gremium in der Hochschul-  
selbstverwaltung: der Hochschulrat der HdM 4

KERSTIN LAUER  
Zweiter Absolventen-Jahrgang verabschiedet 6

DR. LUZ-MARIA LINDER  
Hochschule der Medien stellte erstmals  
Struktur- und Entwicklungsplanung vor 7

CHRISTINE WOLFF  
Media Entrepreneur Center:  
Unterstützung für junge Gründer an der HdM 9

DR. HARTMUT RÖSCH  
Praxistraining für Existenzgründer:  
Reden ist Gold 10

KERSTIN LAUER  
Karikatur-Ausstellung an der  
Hochschule der Medien 12

KERSTIN LAUER  
Kreativste PR-Arbeit von Hochschulen  
ausgezeichnet: HdM erhält  
»PR-Fuchs 2002« für Projekt Pack'MassXXL 12

PROFESSOR DR. STEFAN GRUDOWSKI  
Gerd Finkbeiner:  
»HdM-Ausbildung guter Start in die Praxis« 13

KERSTIN LAUER  
Neue Kontakte nach Japan:  
Partnerschaft mit Universität für Bibliotheks-  
und Informationswissenschaft in Tsukuba  
besiegelt 15

**Projekte und Reports**

PROFESSOR STEPHAN FERDINAND  
Staatsministerium lässt sich von Kreativität  
inspirieren: Studierende der Medienwirtschaft  
erstellten Internetauftritt für Berlin 16

PROFESSOR STEPHAN FERDINAND,  
PROFESSOR ECKHARD WENDLING  
Politik und Medien Thema der dritten  
media.lounge: »Ein marktreifes Fernsehformat«  
von Studierenden 17

PROFESSOR STEPHAN FERDINAND  
HdM und SWR1 arbeiten »Hand in Hand«:  
Studierende erstellten Video-Trailer  
für Hörfunkaktion 19

KERSTIN LAUER  
Container für Messeeinsätze 20

MIRJAM MAREIS, MARKUS WEISS,  
FRANK HÖRNER  
Projektarbeit in der Ausbildung: Studierende  
arbeiten mit Partnern aus der Wirtschaft 21

PROFESSORIN SUSANNE MAYER  
HdM-Image-Video 2002:  
»What a Feeling!« 22

PROFESSOR DR. FRANCO P. ROTA  
»Konzipieren, Texten, Layouten,  
Produzieren, Programmieren ...« 24

PROFESSOR ECKHARD WENDLING  
»OLGA im Hospital« 25

PROFESSOR DR. WOLFGANG RATZEK  
Von BOBCATSSS  
über ComInfo zur Buchmesse:  
Beiträge zur Imageförderung der HdM 26

KERSTIN LAUER  
Deutsch-belgisches Gemeinschaftsprojekt:  
Studierende gestalten eine Weinflasche  
und produzieren die Flaschenverpackung 27

ELKE HÖLLWARTH  
Na logo – ein Gestaltungswettbewerb 28

**Forschung und Lehre**

MARKUS MEIDER  
Tage im Zeichen der Workflows 30

KERSTIN LAUER  
bvdm und HdM gründen  
Arbeitskreis Computer-to-Plate (CtP) 31

PROFESSORIN DR. WIBKE WEBER  
Wege aus dem Informationsdschungel:  
Erstes Symposium für Informationsdesign 32

FLORIAN FAHRBACH  
www.multikids.de:  
kindgerechter Einstieg ins World Wide Web 34

FLORIAN FAHRBACH  
Das HdM-Intranet – ein neues Medium  
an der Hochschule der Medien 34

JENS M. LILL  
Quarks & Co: von elementaren Teilchen  
und speziellen Bibliotheken 36

PROFESSOR DR. GUNTER HÜBNER  
HdM goes digital:  
Digitaldruck an der Medienhochschule 40

BERNHARD MICHL  
Erstes Computer-to-Screen-Seminar  
an der Hochschule der Medien 40

KERSTIN LAUER  
Ein Kanadier in Stuttgart:  
»A great Year« – Mike  
Murphy lehrte als Gastprofessor an der HdM 42

KERSTIN LAUER  
Produktion »Scout« und  
Webauftritt www.weissenhofsiedlung.de  
beim e-talents-Award 2002 ausgezeichnet 44

KERSTIN LAUER  
Drehbuchpreis für Stuart Marlow 45

Publikationen 62

PROFESSOR DR. ROLAND MANGOLD,  
TOBIAS KLECK  
Qualitätssicherung der Lehre:  
Komplettevaluierung zweier Studiengänge 46

PROFESSOR DR. KLAUS THALER  
Denken in ganzheitlichen  
Geschäftsprozessen erforderlich 47

PROFESSOR DR. PETER VODOSEK  
Libraries for life:  
»democracy, diversity, delivery« – 68th IFLA  
General Conference and Council in Glasgow 48

PROFESSOR DR. WOLF-FRITZ RIEKERT  
Information Systems and Services:  
ein neuer anwendungsorientierter  
Informatikstudiengang für die HdM 50

SIBYLLE SEELKOPF  
Denken aus Leidenschaft:  
Literarisches Café mit der  
Sachbuchautorin Ingeborg Gleichauf 51

PROFESSOR DR. VOLKER WEHDEKING  
Neue Kulturerfahrungen zwischen  
»Town und Gown«:  
Wahlseminarprojekt im Literaturhaus Stuttgart 52

PROFESSOR DR. PETER VODOSEK  
Information und Kultur von Abidjan bis Zagreb:  
Goethe Institut Inter Nationes und die  
Hochschule der Medien arbeiten zusammen 54

PROFESSOR DR. HORST HEIDTMANN  
»Action von Anfang an?«  
IfaK-Projekt untersucht Leseinteressen  
und Lektüregratifikationen von Jungen 56

PROFESSOR DR. ROLAND SCHMITZ  
Wasserzeichen zum Schutz digitaler Medien 59

Impressum 64

## Das neue Gremium in der Hochschulelbstverwaltung: der Hochschulrat der HdM

**DR. LUZ-MARIA  
LINDER,**  
Referentin der  
Hochschulleitung

Mit der Novellierung des Hochschulgesetzes zum 1. Januar 2000 hat das Land Baden-Württemberg die Einführung von Hochschulräten beschlossen. Das mit weitreichenden Kompetenzen ausgestattete Gremium ist als Steuerungsinstrument der Hochschulen innerhalb eines staatlichen Reformprozesses zu begreifen. Dieser zielt darauf ab, die Leistungskraft der Hochschulen durch Befreiung von staatlicher Intervention und durch höhere Autonomie zugunsten eines flexiblen und effizienten Managements zu stärken. Die Hochschulräte setzen sich aus internen Mitgliedern und externen Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen.

Laut Fachhochschulgesetz trägt der Hochschulrat Verantwortung für die Entwicklung der Fachhochschule und schlägt Maßnahmen vor, die der Profilbildung und der Erhöhung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit dienen. Er beaufsichtigt die Geschäftsführung des Rektors. Zu den Aufgaben des Hochschulrats zählen insbesondere:

- die Mitwirkung bei der Bestellung der Rektoratsmitglieder,
- die Zustimmung zum Haushaltsvoranschlag und die Festlegung der Wirtschaftspläne,
- die Festlegung des Jahresabschlusses,
- die Beschlussfassung über Struktur- und Entwicklungspläne sowie die Bauplanung,
- die Festlegung von Grundsätzen für die Ausstattung und für den wirtschaftlichen und aufgabengerechten Einsatz der Mittel,
- die Zustimmung zur Bildung, Veränderung, Aufhebung und Zuordnung von Hochschuleinrichtungen und gemeinsamen Kommissionen,
- die Beschlussfassung über die Funktionsbeschreibung von Professorenstellen,
- die Stellungnahme zur Einrichtung, Änderung oder Aufhebung eines Studiengangs,
- die Stellungnahme zu Studien- und Prüfungsordnungen,
- die Stellungnahme zur Grundordnung und deren Änderungen,
- die Entgegennahme des Jahresberichts des Rektors.

### Der Hochschulrat der HdM

Der Hochschulrat der HdM nahm zum September 2000 seine Arbeit auf. Ihm gehören fünf Mitglieder der Hochschule sowie vier externe Persönlichkeiten aus der Medien- und Informationsbranche an. Das Gremium hat bisher Stellungnahmen zu neuen Studiengängen vorgelegt, etwa dem geplanten Bachelor-Studiengang Information Systems and Services<sup>1</sup>, Berufungen für Professuren beschlossen, sich mit Anregungen an der Entwicklung der Struktur- und Entwicklungsplanung beteiligt und diese nach Fertigstellung verabschiedet. Vorsitzender des Hochschulrates ist Dr. Bernd Kobarg. Seine Stellvertreter sind Professorin Susanne Krüger und Professor Ronald Schaul.

Dr. Bernd Kobarg ist seit 1987 Vorsitzender der Geschäftsführung der Unternehmensgruppe Deutscher Sparkassen Verlag. Er kam 1985 als Geschäftsführer zum Deutschen Sparkassen Verlag, Stuttgart. Seine Berufslaufbahn begann er bei der Industrie- und Handelskammer Kiel. Danach arbeitete er für die Prognos AG in Basel. 1979 wechselte Kobarg in die Geschäftsführung des Süddeutschen Verlags in München.

Susanne Krüger ist seit 1989 Professorin an der Hochschule. Ihr Schwerpunkt liegt in der zielgruppenorientierten Bibliotheksarbeit sowie bei Kinder- und Jugendmedien. Sie ist Mitglied des Leitungsgremiums des Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK).

Ronald Schaul ist seit 1994 Professor für Reproduktionstechnik, Druck- und Medienvorstufe an der Hochschule. Er leitet den Studiengang Druck- und Medientechnologie.

Klaus Haasis ist seit 1995 Geschäftsführer Medienentwicklung der MFG Medien- und Filmgesellschaft in Stuttgart. Haasis ist unter anderem Mitglied im Stiftungsrat des ZKM Karlsruhe, im Medienrat der evangelischen Landeskirche Württemberg sowie im Medienbeirat des Kultusministeriums. Seit 1997 ist er außerdem Geschäftsführer der Wirtschaftsvereinigung Baden-Württemberg Connected e.V.

Ole Harbo war bis 1998 Rektor von Danmarks Biblioteksskole, der Königlichen Bibliotheksschule Dänemarks, in Kopenhagen. Zur Zeit ist er mit

<sup>1</sup> siehe auch Seite 50



Forschungsaufgaben betraut und als Sonderbotschafter der Hochschule im Ausland tätig. Als Rektor entwickelte er die Bibliotheksschule zu einer Hochschule für Informationsberufe und baute die internationalen Aktivitäten aus. Harbo ist Mitglied zahlreicher internationaler Gremien.

Bernd-Jürgen Matt ist seit 1994 Professor im Studiengang Print-Media-Management. Seine Schwerpunkte sind Produktionsplanung und Produktionssteuerung, Prozessoptimierung, Rollenoffset, Kalkulation sowie Werbemittelproduktion.

Dr. Wolf-Fritz Riekert lehrt die Informatikfächer Computernetze, Datenbank und Internetprogrammierung. Er gehört zum Studiengang Informationswirtschaft und wurde 1998 an die Hochschule berufen. Davor war er Bereichsleiter Umweltinformationssysteme im Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung Ulm.

Uwe Schulz ist seit 1997 Professor für Informatik und Interaktive Medien. Zuvor war er drei Jahre Professor für Informatik an der Fachhochschule Lippe in Lemgo. Er leitet den Studiengang Audiovisuelle Medien.

Dr. Gunter Thielen ist seit Ende Juli 2002 Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG, Gütersloh. Er gehört seit 1985 zum Vorstand der Bertelsmann AG und war verantwortlich für die Arvato AG mit den Geschäftsfeldern Druckereien, Dienstleistungen, Kalender- und Spezialverlage. Thielen war außerdem Vorsitzender der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG) und Präsident der Bertelsmann Stiftung. Er hatte unter anderem verschiedene Führungspositionen bei der BASF-Gruppe in Ludwigshafen inne und war Vorsitzender der Geschäftsführung von maulbe in Nürnberg.

Kontakt: [linder@hdm-stuttgart.de](mailto:linder@hdm-stuttgart.de)



Dr. Bernd Kobarg



Susanne Krüger



Ronald Schaul



Klaus Haasis



Ole Harbo



Bernd-Jürgen Matt



Dr. Wolf-Fritz Riekert



Uwe Schulz



Dr. Gunter Thielen

## Zweiter Absolventen-Jahrgang verabschiedet

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

119 Studierende wurden am 26. Juli 2002 an der Hochschule der Medien (HdM) von Rektor Professor Dr. Uwe Schlegel während einer Feierstunde diplomiert. Zum zweiten Mal entließ die Medienhochschule, im September 2001 aus der Fusion der Hochschulen für Bibliotheks- und Informationswesen sowie für Druck und Medien hervorgegangen, ihre Absolventen. Dr. Christoph-E. Palmer, Minister des Staatsministeriums und für europäische Angelegenheiten des Landes Baden-Württemberg, hielt die Festrede. Unternehmen und Verbände stifteten Preise für herausragende Leistungen der Absolventen. Dr. Hartmut Sandig, Prokurist der BASF Drucksysteme GmbH, Stuttgart, sprach stellvertretend für die Preisgeber.

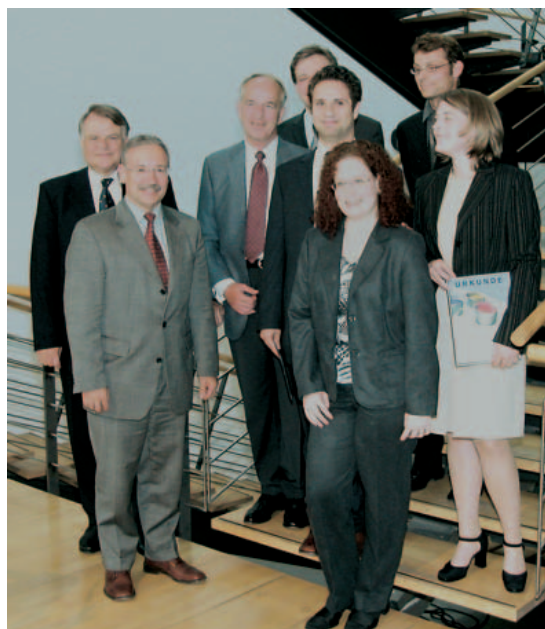
### Zuversicht und Neugierde

Rektor Schlegel gratulierte dem zweiten Diplomanden-Jahrgang der Medienhochschule und wünschte den frisch gebackenen Ingenieuren – darunter ein Drittel Ingenieurinnen – viel Erfolg für den Einstieg in das Berufsleben. Zugleich versprach er, alles zu tun, damit sie bei einem späteren Besuch an ihrer ehemaligen Ausbil-

dungsstätte den Wunsch verspürten, dort noch einmal zu studieren. Auch Dr. Hartmut Sandig appellierte an die Absolventen, künftig Kontakt zur Hochschule zu halten. Sie sei ihre akademische Heimat. Staatsminister Christoph Palmer ermunterte die Diplomanden, Neues mit Zuversicht und Neugierde in Angriff zu nehmen. Absolventen der HdM würden gebraucht. »Ungeachtet der wirtschaftlichen Schwächephasen und der schmerzhaften Konsolidierung der »New Economy« weisen Medien, Informationstechnik und Telekommunikation als Zukunftsbranchen immer noch Wachstums- und Innovationspotenziale auf, von denen andere Branchen nur träumen können«, unterstrich Palmer. Mit der Finanzierungszusage für einen Neubau zur gemeinsamen Unterbringung aller Fachbereiche der Hochschule am Standort Vaihingen bekenne sich die Landesregierung zu der Hochschule, zur Branche und zum Standort. »Wir betrachten Medien, Informations- und Kommunikationstechnologien schon seit langem als Leit- und Schlüsselbranchen für die Standortentwicklung des Landes im 21. Jahrhundert«, betonte Minister Palmer.

Anschließend wurden die erfolgreichsten Absolventen ausgezeichnet. Der Preis der BASF Drucksysteme GmbH für den besten Studienabschluss ging an Pamela Czechowski vom Studiengang Verpackungstechnik. Sie beendete ihr Studium mit der Note 1,16. Ilka Sigmund vom Studiengang Druck- und Medientechnologie erhielt als beste Absolventin der druckorientierten Studiengänge den Preis des Verbandes Druck und Medien Baden-Württemberg e.V., Ostfildern. Sigmund schloss das Studium mit der Note 1,32 ab. Den Preis der Düsseldorfer Firma Henkel Liofol für die beste Diplomarbeit im Bereich flexible Verbundfolien nahm Daniele Berretta vom Studiengang Verpackungstechnik entgegen.

Prof. Dr. Ingo Büren  
Ilka Sigmund (vorne, v.l.)  
Dr. Hartmut Sandig  
Prof. Dr. Uwe Schlegel  
Daniele Berretta  
Pamela Czechowski  
(2. Reihe, v.l.)  
Minister Christoph Palmer  
Tim Jennerjahn (3. Reihe, v.l.)



# Hochschule der Medien stellte erstmals Struktur- und Entwicklungsplanung vor

**DR. LUZ-MARIA LINDER,**  
Referentin der  
Hochschulleitung

Im Mai 2002 legte die Hochschule der Medien (HdM) erstmals eine Struktur- und Entwicklungsplanung vor. Das Papier, eine gemeinsame Leistung aller HdM-Mitarbeiter, beschreibt die Struktur der Hochschule und gibt Aufschluss über ihre Entwicklungsplanung. Damit kam die HdM einer Auflage des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg nach. Für HdM-Rektor Professor Dr. Uwe Schlegel war die hochschulinterne Funktion der Planung bedeutsam: Zum ersten Mal habe die zum 1. September 2001 durch Fusion der Hochschulen für Druck und Medien sowie für Bibliotheks- und Informationswesen entstandene Medienhochschule gemeinsame Ziele und Zukunftsvisionen formuliert. Sie seien als Meilensteine auf dem Weg zu einer europäischen Medienhochschule zu verstehen.

Den Vorgaben des Ministeriums entsprechend skizziert die über 200 Seiten lange Struktur- und Entwicklungsplanung das spezifische Profil der Hochschule sowie eine Reihe von Maßnahmen, die die Grundlage für Zielvereinbarungen zwischen Staat und Hochschule darstellen können. Das Papier wurde vom Senat der HdM und anschließend vom Hochschulrat unter Vorsitz von Dr. Bernd Kobarg, Vorsitzender der Geschäftsführung der Unternehmensgruppe Deutscher Sparkassen Verlag, beschlossen. Einzelne Maßnahmen wurden bereits in den ersten Monaten nach Vorlage der Planung realisiert.

## Errichtung eines Erweiterungsbaus für den Fachbereich Information und Kommunikation

Als erstes Ziel formuliert die Struktur- und Entwicklungsplanung die Integration der beiden ehemals selbstständigen Häuser. Dann folgen Identifikations-, Qualitätssicherungs-, Internationalisierungs- und Ausbaubemühungen. Entscheidende Integrationsfunktion wird vor allem der Errichtung eines Erweiterungsbaus für den Fachbereich Information und Kommunikation auf dem Vaihinger Campus zugeschrieben. Bereits im Sommersemester 2002 haben Hochschule und Universitätsbauamt die Raumplanung abge-

schlossen. Im Herbst 2002 erwartet die Hochschule den Beschluss der interministeriellen Arbeitsgruppe. Anschließend soll ein Architektenwettbewerb ausgelobt werden.

Die Identifikation der Studierenden sowie der Ehemaligen mit der Hochschule soll unter anderem durch Weiterentwicklung von Service-Leistungen und den Ausbau der Alumni-Aktivitäten verbessert werden. So fand Anfang November 2002 das zweite Absolventen-Treffen statt. Es ermöglichte Ehemaligen der Hochschule für Druck und Medien (HDM), der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI) sowie den ersten Abgängern der Hochschule der Medien ein Wiedersehen mit Professoren, Kommilitonen und der gesamten Hochschule.

## Qualitätssicherung durch Profilierung der bestehenden Studienangebote

Besonderen Wert legt die HdM auf die Sicherung ihres Qualitätsstandards. Wie die Struktur- und Entwicklungsplanung zur Profilierung des fachlichen Angebots vorsah, soll der bislang auf das Medium Buch ausgerichtete Studiengang Media publishing und Verlagswirtschaft um die Bereiche Presse und elektronische Medien in Richtung Verlagsmanagement erweitert werden. Im Sinne einer Modularisierung wäre es denkbar, einen Schwerpunkt »Cross Media Publishing« für mehrere Studiengänge einzurichten. Auch das Profil des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation soll geschärft werden. Vor allem in den Bereichen Public Relations und Unternehmenskommunikation sowie europäische Werbe- und Marketingforschung wird Handlungsbedarf gesehen.

## Sicherung der Zukunftsfähigkeit

Für die Zukunftsfähigkeit der Hochschule steht die Einführung des als Disziplin der angewandten Informatik konzipierten Bachelor-Studiengangs Information Systems and Services. Dieser Studiengang soll in technischer Hinsicht ein solides Informatikwissen und fundierte Kennt-



nisse der Softwareentwicklung vermitteln. Die Anwendung liegt auf dem Gebiet des Informations-, Bibliotheks- und Medienmanagements und umfasst die Aufgaben klassischer Informationseinrichtungen und Bibliotheken. Mit der Einrichtung dieses Studienangebots kann die HdM eine Vorreiterrolle übernehmen, da vergleichbare Studiengänge in Deutschland bislang nicht existieren<sup>1</sup>. Senat und Hochschulrat haben im Sommersemester 2002 ihr ausdrückliches Einverständnis mit der Konzeption des neuen Studienganges erklärt.

Ferner plant die HdM die Einführung eines Masters of Business Administration (MBA), getragen von allen Fachbereichen der Hochschule. Er soll wirtschaftliche und technische Inhalte umfassen und Spitzenabsolventen der HdM ebenso ansprechen wie erfahrene Praktiker. Absolventen könnte der MBA nationale wie internationale Karrierechancen eröffnen.

Im Fachbereich Electronic Media sollen die bisherigen Diplom-Studiengänge durch konsequente Bachelor- und Master-Studiengänge ersetzt werden. Aufgrund der Modul-Struktur ist auch die Einführung eines Fort- und Weiterbildungsangebotes denkbar. »Mit der Umstellung auf Bachelor- und Master-Studiengänge wollen wir nationale wie internationale Wettbewerbsfähigkeit garantieren. Diese Maßnahme hat Modellcharakter für die Hochschule«, erläutert HdM-Rektor Uwe Schlegel.

### Einrichtung eines Tiefdruckzentrums als Forschungs- und Ausbildungsstätte

Weiterhin beschreibt die Struktur- und Entwicklungsplanung ein umfangreiches Forschungsvorhaben: die Einrichtung eines Tiefdruckzentrums als Forschungs- und Ausbildungsstätte. Dieses Zentrum soll die Möglichkeiten für akademisch ausgebildete Druckingenieure erweitern. Bislang ist die HdM die einzige Hochschule, die eine komplette Tiefdrucklinie von der Formherstellung bis zu einer Bogentiefdruck- und einer Rollenrotations-Tiefdruckmaschine betreibt. Das Tiefdruckzentrum ist in Zusammenhang mit dem Ausbau des Studiengangs Druck- und Medientechnologie in Richtung Industrie- und Digitaldruck sowie mit dem Master-Studiengang Packaging Design and Marketing zu sehen, der zum Sommersemester 2003 starten soll.

### E-Learning an der HdM

Zu den Maßnahmen, die der Ausweitung der Qualitätsstandards in der Lehre dienen, zählt auch der Ausbau von E-Learning und virtuellen

Lehrveranstaltungen. Intention ist, das in den Fachbereichen vorhandene Know-how für alle Professoren der HdM nutzbar zu machen. Mit WebCT steht ein Instrument zur Verfügung, das die Planung sowie den Ablauf der Veranstaltungen vereinfacht. Im Wintersemester 2002/2003 soll ein E-Learning-Zentrum ins Leben gerufen werden.

Außerdem ist der Aufbau eines effizienten, zur Selbstverbesserung motivierenden Evaluationsystems vorgesehen. Inzwischen wurden in den Fachbereichen Druck und Medien und Electronic Media sowie im Fachbereich Information und Kommunikation aussagekräftige und durchweg zufriedenstellende Evaluationen diverser Lehrveranstaltungen durchgeführt<sup>2</sup>.

Darüber hinaus will die HdM ihre Internationalisierung vorantreiben, etwa durch stärkere internationale Ausrichtung der Studieninhalte, weitere internationale Kooperationen oder durch Studenten- und Dozentenaustausch. So wurde im Juli 2002 ein Partnerschaftsabkommen mit der japanischen University of Library and Science in Tsukuba unterschrieben<sup>3</sup>. Von der auf dem Gebiet der informatikgestützten Bibliotheksarbeit beschlagenen Universität erhofft sich die HdM wertvolle Anregungen für den Aufbau des Studiengangs Information Systems and Services.

### Auf dem Weg zu einer europäischen Medienhochschule

Wann das Ministerium die Hochschule um ein Gespräch zur Festlegung von Zielvereinbarungen bitten wird, ist noch offen. Auch über die Form der Fortschreibung der Struktur- und Entwicklungsplanung existieren bislang keine detaillierten Angaben. Indes bezeugen die Aktivitäten des Sommersemesters 2002 das Engagement, mit dem die HdM an der Realisierung ihrer Vision arbeitet: zu einer Medienhochschule europäischen Formats heranzuwachsen.

Kontakt: [linder@hdm-stuttgart.de](mailto:linder@hdm-stuttgart.de)

<sup>1</sup> siehe auch Seite 50

<sup>2</sup> siehe auch Seite 46

<sup>3</sup> siehe auch Seite 15

# Media Entrepreneur Center: Unterstützung für junge Gründer an der HdM

**CHRISTINE WOLFF,**  
Existenzgründung

Das Media Entrepreneur Center (MEC) an der HdM hat es sich zur Aufgabe gemacht, Studierende schon während des Studiums eine »Culture of Entrepreneurship« zu vermitteln. Es fördert Gründer, berät Interessierte, bildet Studierende weiter und Übernehmer eines bestehenden Betriebes aus. Im Sommersemester 2002 fanden erstmalig verschiedene Existenzgründerseminare statt, die von PUSH! gefördert wurden.

## Praxis-Training im Finanzbereich und in Public Relations

Das von der Wolff & Häcker Finanzconsulting AG, Ostfildern, durchgeführte Start Up-Planspiel begeisterte 19 Teilnehmer unterschiedlicher Studiengänge und Semester. Vier Tage lang beschäftigten sie sich damit, Fahrräder zu produzieren, zu vermarkten und die Finanzierung des Unternehmens zu sichern. Relevante Aspekte der Gründung und Gesamtzusammenhänge wurden deutlich.

13 Teilnehmer ergründeten im Seminar von Profil 21, Holzgerlingen, das Thema Öffentlichkeitsarbeit unter Einbeziehung sämtlicher Medien<sup>1</sup>. Für ein selbstgewähltes Unternehmen wurde eine Pressemappe zusammengestellt und eine Pressekonferenz abgehalten.

Den Abschluss der Seminare bildete ein Unternehmensplanspiel, bei dem fünf Teams miteinander konkurrierten. Positiv beurteilt wurde die praktische Anwendung des theoretisch Erlernten. »Beim Planspiel habe ich soviel gelernt wie bisher während des ganzen Studiums«, berichtete ein Teilnehmer. Weitere Seminare sind für die nächsten Semester vorgesehen.

Die Beratung und Betreuung von Gründungsinteressierten wird bei MEC groß geschrieben. Je nach Vorhaben werden Partner aus dem Netzwerk hinzugezogen, um eine bestmögliche Betreuung zu gewährleisten.

Folgende Gründungsvorhaben betreut, berät und coacht das MEC:

### Trycon G.C.M. AG

Eines der ersten Gründungsvorhaben, das das MEC betreut, ist die Trycon G.C.M. AG. Dahinter verbergen sich Michael Günther, diplomiert im Studiengang Audiovisuelle Medien, und sein Partner Pablo Heß. Sie bieten alternative Investment-Produkte wie zum Beispiel Hedgefonds an. Das MEC betreute die Jungunternehmer vor allem bei der Frage der Rechtsform sowie bei der Gründung der kleinen Aktiengesellschaft. Professor Dr. Raimund Baumann, Studiengang Print-Media-Management der HdM, prüfte die Satzung und das Gründungsprotokoll, Professor Dr. Helmut Wittenzellner, ebenfalls vom Studiengang Print-Media-Management der HdM, übernahm den Aufsichtsratsvorsitz der Trycon AG. Weiterhin wird Trycon von Partnern des MEC in Punkten wie Geschäftsmodell, Verbesserungen des Businessplans, Finanzierungsfragen und Alltag einer AG beraten. Auch bei der Auswahl des Aufsichtsrats war das MEC behilflich.

### step2web Medienagentur GbR

Die Gesellschafter Volker Balles, Thomas Berroth, André Mass und Christian Weiler studieren im vierten Semester Medienwirtschaft an der HdM. Mit step2web bieten sie Leistungen im Bereich Webdesign an. Der Sitz von step2web befindet sich an der Hochschule im Büro der Professoren Dr. Mike Friedrichsen und Dr. Martin Gläser, die die Gründer auch inhaltlich betreuen. Das MEC unterstützt step2web bei der Ausarbeitung des Businessplans sowie bei der Nutzung von Räumlichkeiten und Ressourcen an der Hochschule. Für Volker Balles ist der Schritt in die Selbständigkeit schon während des Studiums »eine unvergleichliche Chance, selbstbestimmt und eigenverantwortlich zu arbeiten und dabei die Ideen umzusetzen, hinter denen man voll und ganz steht«.

<sup>1</sup> siehe auch Seite 10

### Group of Pictures GmbH

Die beiden Geschäftsführer, Reno Symmank und Jan Gilg, haben ihr Diplom an der HdM im Studiengang Audiovisuelle Medien gemacht. Mit

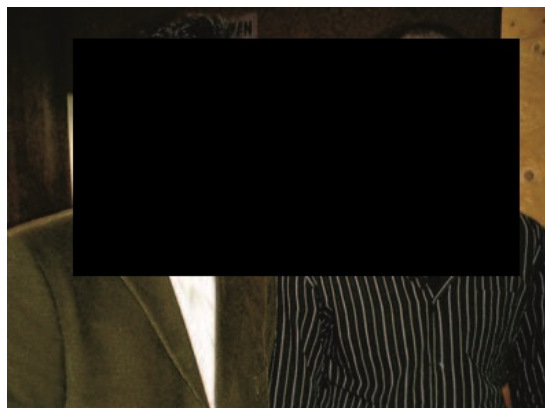
Die Chefs von Trycon



step2web



Group of Pictures



ihrer Firma bieten sie Lösungen im Bereich interaktiver DVD-Anwendungen und Enterprise Media Management an. Firmensitz der Group of Pictures ist Köln. Ein weiteres Gründungsvorhaben im Bereich Digitale Medienarchive ist im Raum Stuttgart/Ludwigsburg geplant. Dabei wird Group of Pictures vom MEC beraten. Die Beratung umfasst die Prüfung des Geschäftsmodells und die detaillierte Ausarbeitung des Businessplans zusammen mit Partnern aus dem MEC-Netzwerk. Weiterhin wird eine mögliche Förderung geprüft und ein Exist Seed-Antrag gestellt, der die Unterstützung eines Gründers für ein ganzes Jahr mit einer halben Stelle umfasst.

### Jan Stillhammer und Team

Jan Stillhammer, Student der Informationswirtschaft im vierten Semester, und sein Team, sind dabei, eine Portalplattform mit Inhalten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik aufzubauen, die Studierende als Zielgruppe ansprechen soll.

Kontakt:

Christine Wolff

- HdM, Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart  
Raum 323, Telefon 0711 685 8407  
Mittwoch und Donnerstag: 9.00 – 17.00 Uhr
  - HdM, Wolframstr. 32, 70191 Stuttgart,  
Raum 421, Telefon: 0711 25706 241,  
Dienstag: 9.00 – 17.00 Uhr
- E-Mail: wolff@hdm-stuttgart.de

Die Professoren-Vertreter des MEC:

- Prof. Dr. Helmut Wittenzellner,  
wittenzellner@hdm-stuttgart.de
- Prof. Dr. Alexander Roos,  
roos@hdm-stuttgart.de
- Prof. Dr. Raimund Baumann,  
baumann@hdm-stuttgart.de
- Prof. Dr. Mike Friedrichsen,  
friedrichsen@hdm-stuttgart.de
- Prof. Dr. Martin Gläser,  
glaeser@hdm-stuttgart.de

## Praxistraining für Existenzgründer: Reden ist Gold

**DR. HARTMUT RÖSCH,**  
Lehrbeauftragter Print-Media-Management

Am Liebsten hätte sich Geschäftsführer Thomas Hauser auf die Zunge gebissen. Aber da war es schon raus. Und das bei der Gründungspresskonferenz des jungen Unternehmens vor der versammelten Landespresse. Hervorragende Geldgeber, so hatte Hauser nachdrücklich betont,

würden sich an der neu gegründeten Eventagentur Eventos beteiligen, aber die Journalisten möchten doch bitte Verständnis dafür aufbringen, wenn diese stillen Teilhaber nicht im Einzelnen genannt werden wollten. Und auch noch so intensives Insistieren von Seiten einzelner

Medien würde daran nichts ändern. Damit hatte Hauser genau das erreicht, was er eigentlich nicht wollte. Die Neugier an der falschen Stelle geweckt.

Dabei war die Idee, in Baden-Württemberg eher unbekannte Persönlichkeiten aus Politik, Sport und Kunst im »Ländle« zu vermarkten, nicht nur originell, sie klang auch vom wirtschaftlichen Gesichtspunkt her zumindest interessant. Und dass man mit dem Ex-Kanzlerkandidaten Guido Westerwelle dafür bereits einen Kunden an der Angel hatte, sprach ebenfalls nicht gegen das Konzept.

Aber Hauser hatte an diesem sonnigen Tag im Mai mehrfach Glück. Zum einen saßen der Studierende der Medienwirtschaft und seine Mitstreiterinnen Barbara Gajewski und Bettina Prange nicht vor der Landespressekonferenz – ihr Unternehmenskonzept stellten sie vor laufender Kamera im Rahmen eines Rollenspiels der PUSH!-Existenzgründerseminare vor. Zum anderen rettete Pressesprecherin Bettina Prange die Situation, indem sie einen besonders hartnäckigen Journalisten in ein Vier-Augen-Gespräch verwickelte und so die näheren Hintergründe der Finanzierung erläuterte.

Das zweitägige Seminar »Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Existenzgründer« fand im Sommersemester 2002 an der HdM statt. Es vermittelte neben dem professionellen Verhalten vor der Kamera und dem Fotoapparat, die Grundregeln für erfolgreiche Public Relations in der Startphase eines Unternehmens, das dafür erforderliche Instrumentarium und zahlreiche Tipps von Journalisten und PR-Profis. Konzipiert und gehalten wurde das Seminar von Friederike Koröls und Dr. Hartmut Rösch von der Bildungs- und PR-Agentur profil21, die über langjährige Erfahrung sowohl im Seminarbereich als auch in der Public Relations verfügen. Rösch ist darüber hinaus Lehrbeauftragter an der HdM. Im Studiengang Print-Media-Management betreut er den Kurs Präsentations- und Verhandlungstechnik. Die Dozenten zeigten sich über die Professionalität der Seminarteilnehmer vor der Kamera »angenehm überrascht.« Locker, ohne Kamerascheu und mit rhetorischer Finesse erläuterten die potenziellen Existenzgründer ihre Unternehmenskonzepte. Neben

der Eventagentur wurden ein Internet-Unternehmen sowie eine Agentur für die Herstellung und Vermarktung von medizinischen Lehrfilmen präsentiert. Während die Ideen für die Event- und Medizin-

filmagentur im Rahmen des Seminars entwickelt wurden, befand sich das Internet-Start-up step2web zum damaligen Zeitpunkt bereits in der Umsetzungsphase.

Links:

[www.push-stuttgart.de](http://www.push-stuttgart.de)

[www.exist.de](http://www.exist.de)

Ansprechpartner für PUSH! an der HdM:

– Prof. Dr. Helmut Wittenzellner

Telefon: 0711 685 6696, Raum 323 (N)

E-Mail: [wittenzellner@hdm-stuttgart.de](mailto:wittenzellner@hdm-stuttgart.de)

– Christine Wolff

Telefon: 0711 685 8407, Raum 323 (N) oder

Telefon: 0711 25706 241, Raum 421 (W)

E-Mail: [wolff@hdm-stuttgart.de](mailto:wolff@hdm-stuttgart.de)

### PUSH!

Die Abkürzung PUSH! steht für »Partnernetz für Unternehmensgründungen aus Stuttgarter Hochschulen«. Das Netzwerk hat das Ziel, zu mehr, besseren und erfolgreicher Gründungen aus den Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Region Stuttgart beizutragen.

PUSH! informiert, berät und begleitet Existenzgründer auf ihrem Weg von der Geschäftsidee zum eigenen Unternehmen. Wichtige Erst-Anlaufstellen dafür sind die Online-Bibliothek und die Virtuelle Akademie. PUSH! knüpft darüber hinaus Kontakte für künftige Unternehmer und unterstützt bei der Finanzierung des Gründungsvorhabens. An der HdM finden seit dem Sommersemester 2002 regelmäßig Existenzgründerseminare zu unterschiedlichen Themengebieten statt, die von PUSH! gefördert werden.

Unter [www.push-stuttgart.de](http://www.push-stuttgart.de) stehen umfassende Downloadmaterialien, ein Weiterbildungsverzeichnis sowie Informationen zu Förderprogrammen von Bund, Land und EU bereit. Das Partnernetz für Unternehmensgründungen aus Stuttgarter Hochschulen PUSH! entstand auf Initiative der Wirtschaftsförderung der Region Stuttgart GmbH. Bei PUSH! engagieren sich neben der Hochschule der Medien über 100 weitere Institute, Verbände, Kammern, Banken und Unternehmen.

Thomas Hauser  
bei der Pressekonferenz

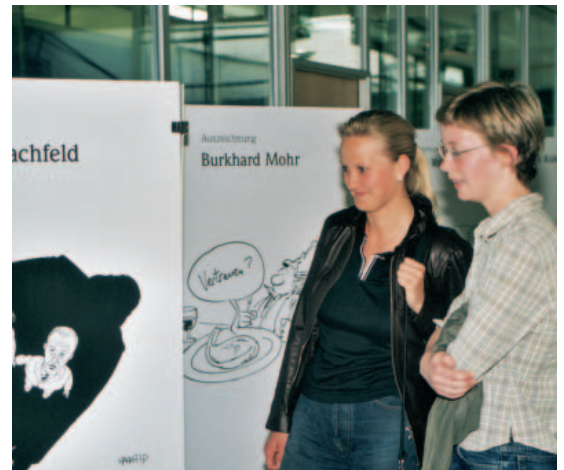




## Karikatur-Ausstellung an der Hochschule der Medien

KERSTIN LAUER,  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Im Sommersemester 2002 war die Ausstellung »Deutscher Preis für die politische Karikatur 2001« an der Hochschule der Medien zu Gast. Sie zeigte Arbeiten, die mit dem deutschen Preis für politische Karikatur im Jahr 2001 ausgezeichnet wurden. Der Preis wird von der Akademie für Kommunikation, Stuttgart, in Kooperation mit der Landeshauptstadt Stuttgart vergeben. Mit der 1996 erstmalig vergebenen Auszeichnung soll auf politische Ereignisse aufmerksam gemacht werden. Zur Jury, die die zu prämierenden Arbeiten auswählt, zählt unter anderem Professor Eberhard Wüst, der an der Hochschule der Medien Kommunikationspsychologie und Management lehrt.



## Kreativste PR-Arbeit von Hochschulen ausgezeichnet: HdM erhält »PR-Fuchs 2002« für Projekt Pack'MassXXL

KERSTIN LAUER,  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Die Hochschule der Medien wurde vom gemeinnützigen Verein PRO Wissenschaft e.V. für die beste und kreativste Kommunikationsarbeit mit dem »PR-Fuchs 2002« ausgezeichnet. Sie teilt sich das Preisgeld in Höhe von 2500 Euro mit der Universität Mannheim. Der erstmals vergebene Preis wurde am 27. September 2002 in Karlsruhe überreicht.

**»Pffiffige und aufsehenerregende  
PR-Aktion«**

Die Hochschule der Medien erhielt den PR-Fuchs für das Projekt Pack'Mass XXL. Mit der Aktion sei den Studierenden der Hochschule der Medien eine pffiffige und aufsehenerregende PR-Aktion gelungen, begründete die Jury ihre Wahl. Studierende hatten im Mai 2000 für drei Wochen einen

Teil ihrer Hochschule verpackt. Damit konnten die Organisatoren auf die Studiengänge Drucktechnik und Verpackungstechnik aufmerksam machen, für die sie auch werben wollten. Mit Erfolg, denn nach der Aktion zeigte sich eine höhere Nachfrage nach Studienplätzen. Begleitend zur Verpackungs-

Vitaminstoß für das  
Studium an der HdM



aktion fand ein Fachsymposium statt. Später wurde die Folie, die die Hochschule verhüllte, von einem Schuster zu Werbetaschen weiter verarbeitet und verkauft. Das Finanzierungskonzept umfasste rund 50.000 Euro.

Die Universität Mannheim überzeugte mit dem Projekt »Die Renaissance des Barockschlosses«. Dabei stand die eigenhändige Renovierung der Hörsäle im Hauptsitz der Universität (Schloss) durch Mitarbeiter, Studierende und externe Helfer im Mittelpunkt.

Der gemeinnützige Verein PRO Wissenschaft e.V. möchte den Dialog zwischen Wissenschaft

und Öffentlichkeit verstärken und mit geeigneten Instrumenten fördern. Mitglieder der siebenköpfigen Jury waren unter anderem Professor Dr. Klaus Landfried, Präsident der Hochschulrektorenkonferenz, Julia Koch, Spiegel-Redakteurin und Klaus Dittko, Geschäftsführer der Berliner Agentur Scholz & Friends. Sie vergaben den »PR-Fuchs« einstimmig an die Hochschule der Medien sowie an die Universität Mannheim.

Kontakt: wuest@hdm-stuttgart.de

## Gerd Finkbeiner: »HdM-Ausbildung guter Start in die Praxis«

**PROFESSOR DR. STEFAN GRUDOWSKI,**  
Informationswirtschaft

In den kommenden Ausgaben von »HdM aktuell« werden die Honorarprofessoren und Ehrensenatoren der Hochschule vorgestellt. Denn sie engagieren sich seit Jahren in hervorragender Weise in der Ausbildung der Studierenden.

Seit Mai 2000 ist Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender der MAN Roland Druckmaschinen AG, Offenbach, Honorarprofessor der HdM. In der Ringvorlesung »Zukunftstechnologien der Druck- und Medienindustrie« ist er regelmäßig zu Gast an der Hochschule. Professor Dr. Stefan Grudowski hat mit dem Absolventen der Stuttgarter Hochschule über die Ausbildung an seiner ehemaligen Lehrstätte gesprochen.

**GRUDOWSKI:** Herr Professor Finkbeiner, hatten Sie schon damals als Student die Vision, Vorstand eines Großunternehmens zu werden?

**FINKBEINER:** Ich habe immer gehofft, eine verantwortungsvolle Position übernehmen zu dürfen, in der man etwas bewegen kann. Aber so etwas ist nur in bedingtem Maße planbar, es gehört auch ein bisschen Glück dazu. Also konkret: Ich habe mich nicht im dritten Semester als Vorstand gesehen. Ich wollte damals Technischer Leiter einer Druckerei werden.

**GRUDOWSKI:** Unsere Studierenden, die sich auch eine Manager-Karriere in der Industrie wünschen, fragen häufig, ob sie durch das Studium genügend Rüstzeug haben, und ob die Ausbildung an der HdM den künftigen Ansprüchen in der Industrie gerecht wird. Was denken Sie?

**FINKBEINER:** Generell ja. Sie stellt eine gute Vorbereitung, einen guten Start dar, da Sie ja so praxisorientiert wie nur möglich ausbilden. Und ganz ohne Theorie geht es ja auch nicht. Außer-

dem hoffe ich doch sehr, dass wir von MAN Roland mit unserer Vorlesungsreihe einen kleinen Teil dazu beitragen, den Studenten die Welt der Industrie nahe zu bringen. Allerdings würde ich für noch mehr Führungs- und Personalthemen in der Ausbildung plädieren.

### Richtige Selbsteinschätzung und Blick über den Tellerrand

**GRUDOWSKI:** Könnten Sie aus Ihrer Praxis Empfehlungen für die Zukunft abgeben?

**FINKBEINER:** Ich denke, jeder Student tut gut daran, sich eine solide Grundausbildung zu erarbeiten, in der sich Theorie und Praxis die Waage halten. Aber es kommt noch etwas Entscheidendes hinzu, was eher im persönlichen Bereich liegt: Jeder sollte möglichst früh herausfinden, was für ein Arbeitstyp er ist, wie er sein Arbeitsleben gestalten will, was seine Stärken und Schwächen sind. Sollte diese Prüfung entsprechend ausfallen, sollte man sich nicht scheuen, früh Verantwortung zu übernehmen. Und dabei sollte man dann einen Schwerpunkt darauf legen, Mitarbeiter zu führen und zu motivieren. Aber das Wichtigste ist, denke ich, dass der Arbeitsalltag später in größtmöglichem Einklang mit dem steht, was man leisten möchte und kann. Und das ist einfach unterschiedlich.

**GRUDOWSKI:** Studierende wissen heute, dass sie neben dem Erwerb von Fachwissen auch ihre Persönlichkeit entwickeln müssen. Was würden Sie den Studierenden zur Persönlichkeitsentwicklung raten und worauf kommt es am meisten an?

**FINKBEINER:** In erster Linie auf die richtige Selbsteinschätzung, wie ich gerade schon sagte. Darüber hinaus halte ich es für sehr wichtig,

einen möglichst breiten Horizont zu entwickeln und so oft wie möglich über den Tellerrand zu schauen. Ein Aufenthalt im Ausland ist dafür eine ideale Möglichkeit. Für die Persönlichkeitsentwicklung halte ich es auch für gut, viel zu lesen und mit anderen Menschen zu sprechen, möglichst viele Anregungen aufzunehmen und über andere Meinungen nachzudenken und zu diskutieren. Außerdem ist jede Art von Engagement für die Persönlichkeitsentwicklung hilfreich: ob universitär, sozial, politisch oder bereits in einem Unternehmen als Praktikant oder Werkstudent.

### Kurzes und kompaktes Studium

**GRUDOWSKI:** Die große Anzahl der Medienstudiengänge an der HdM bietet die Möglichkeit, sich auch interdisziplinär zu bilden. Als Honorarprofessor kennen Sie die Fächer und Lehrpläne. Würden Sie zu einem interdisziplinären Studium raten? Was wären interessante Ergänzungen zu den Studiengängen Druck- und Medientechnologie und Print-Media-Management?

**FINKBEINER:** Ein interdisziplinäres Studium ist mit Sicherheit der richtige Ansatz, um von dem gerade erwähnten Schmalspur-Blick wegzukommen. Die von Ihnen angesprochenen Studiengänge ließen sich sicherlich durch Kurse in Marketing, Kommunikation und Fremdsprachen wert- und sinnvoll erweitern. Insgesamt sollten junge Leute heute aber dennoch versuchen, so kurz und kompakt wie möglich zu studieren.

**GRUDOWSKI:** Zur Zeit wird an der HdM, wie auch insgesamt in der Hochschullandschaft, über die Vor- und Nachteile neuer internationaler Studienabschlüsse, wie Bachelor und Master

diskutiert, die in Konkurrenz zum klassischen deutschen Diplom-Abschluss stehen. Wie bewerten Sie diese Diskussion als Vorstand eines internationalen Großunternehmens?

**FINKBEINER:** Ich meine, die Diskussion kann immer nur über einzelne Absolventen geführt werden, nicht pauschal über einen Studienabschluss. Sicher kann der eine oder andere Bewerber mit einem internationalen Abschluss besser für eine Position geeignet sein als einer mit einem deutschen – oder eben umgekehrt. Das kommt auf den Einzelfall an. Generell meine ich jedoch, dass man keine erhebliche Verlängerung des Studiums in Kauf nehmen sollte.

**GRUDOWSKI:** Was erwarten Sie speziell von den Master-Studiengängen, die als postgraduale Studiengänge die grundständigen ergänzen sollen? Bieten die Master-Abschlüsse den Absolventen größere Chancen in der Wirtschaft?

**FINKBEINER:** Ich erwarte eine weitere Vertiefung der Management-Ausbildung. Absolventen solcher Master-Studiengänge sollten Erfahrung mit Projektarbeit unter hohem Zeitdruck sammeln und teamorientiert arbeiten können. In Bezug auf die Chancen in der Wirtschaft lässt sich auch hier nichts verallgemeinern, das Angebot dieser Abschlüsse ist ja sehr heterogen. Nach vier bis fünf Jahren in der Praxis und nach einem gut mit Praxis unterfütterten Master-Studiengang können sie den Absolventen aber sicher nützlich sein.

**GRUDOWSKI:** Welche Rolle spielen heute die deutsche Hochschulausbildung und der deutsche Nachwuchs aus der Sicht eines international agierenden Großunternehmens? Haben Hochschulen wie Absolventen internationale Konkurrenz zu befürchten?

**FINKBEINER:** Ja, das haben sie ganz erheblich. Wir haben zwar durchwegs gute Erfahrungen mit Absolventen deutscher Hochschulen gemacht. Aber der Wettbewerb wird unleugbar härter,

Professor Gerd Finkbeiner



### Gerd Finkbeiner

Gerd Finkbeiner, Jahrgang 1957, hat 1981 das Studium an der Fachhochschule für Druck als Diplom-Ingenieur (FH) abgeschlossen. Von 1982 bis 1987 war er als Projektingenieur für die Eurografica Export-Förderungs-GmbH, München, tätig. Einsatzschwerpunkte waren Südostasien und Australien. Von 1987 bis 1992 leitete er als Geschäftsführer die Geschicke der Eurografica und war Vize-Präsident der Intergrafica/Print & Pack. Im August 1992 wurde Finkbeiner Gesamtbereichsleiter Verkauf und Service bei MAN Roland Augsburg, Produktbereich Rolle. Seit Mai 1995 ist er stellvertretendes Mitglied des Vorstandes von MAN Roland, Ressort Produktbereich Rollenmaschinen. Im Januar 1997 wurde er ordentliches Mitglied des Vorstandes. Seit Juli 1999 ist Finkbeiner Vorsitzender des Vorstandes von MAN Roland. Im Oktober 2002 wurde er Mitglied des Vorstandes der MAN Aktiengesellschaft.

dem müssen sich die jungen Leute heute stellen. Und man muss auch hier den Horizont erweitern: Die Konkurrenz könnte bald nicht mehr nur aus den USA oder Westeuropa kommen, sondern auch aus Mittel- und Osteuropa. Insgesamt muss aber in einem Unternehmen der Belegschafts-Mix stimmen; es muss also die richtige Mischung aus alt und jung, erfahren und kreativ, deutsch und international haben. Nur dann kann es auf Dauer erfolgreich sein.

### MAN Roland Druckmaschinen AG

Die MAN Roland Druckmaschinen AG stellt Drucksysteme her und ist mit rund 10.000 Mitarbeitern, einem Umsatz von rund zwei Milliarden Euro und Niederlassungen in etwa 140 Ländern einer der wichtigsten Global Player im Bereich Druckmaschinenbau.

## Neue Kontakte nach Japan: Partnerschaft mit Universität für Bibliotheks- und Informationswissenschaft in Tsukuba besiegelt

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Am 1. Juli 2002 haben Professor Dr. Uwe Schlegel, Rektor der Hochschule der Medien in Stuttgart, und Professor Dr. Masayuki Yoshida, Präsident der Universität für Bibliotheks- und Informationswissenschaft, Tsukuba (Japan), ein Partnerschaftsabkommen unterzeichnet. Sie vereinbarten, in wissenschaftlichen, didaktischen und hochschulorganisatorischen Fragen zusammen zu arbeiten. Schlegel und Yoshida beschlossen, Studierende, Praktikanten und Professoren auszutauschen sowie gemeinsame Projekte in Forschung und Lehre umzusetzen.

HdM-Rektor Schlegel freut sich über den neuen Kooperationspartner in Asien: »Wir sind froh, dass wir mit der Universität für Bibliotheks- und Informationswissenschaft einen kompetenten Partner gewonnen haben, der sein Know-how in eine langjährige Partnerschaft einbringen möchte. Wir versprechen uns von den japanischen Kollegen vor allem Impulse für unser

neues Studienangebot Information Systems and Services, mit dem wir gerne zum Wintersemester 2003/2004 starten möchten.«<sup>1</sup> Mit dem Bachelor-Studiengang schaffe die HdM ein weiteres attraktives Ausbildungsangebot in einem zukunftssträchtigen Berufsfeld. Er zielt auf die Vermittlung von Informatikwissen, informations- und bibliothekswissenschaftlichen Kenntnissen in sieben Semestern. Der Schwerpunkt solle im Bereich der anwendungsorientierten Softwareentwicklung liegen. Dabei übernehme die HdM eine Vorreiterrolle, erklärt Schlegel. Vergleichbare Studiengänge gebe es in Deutschland bislang nicht.

Das neue Studienangebot wurde im Struktur- und Entwicklungsplan der Hochschule der Medien festgeschrieben, der von Senat und Hochschulrat verabschiedet wurde.<sup>2</sup>

Im Druckbereich pflegt die Hochschule der Medien bereits seit über 25 Jahren intensive Kontakte nach Japan. Partner ist die Japan Printing Academy in Tokio. Ein japanischer Student ist momentan im Studiengang Druck- und Medientechnologie zu Gast.

Kontakt: Akademisches Auslandsamt,  
aaa@hdm-stuttgart.de

Rektor Schlegel (links) und  
Präsident Yoshida freuen sich  
über die neue Kooperation



<sup>1</sup> siehe auch Seite 50  
<sup>2</sup> siehe auch Seite 7



# Staatsministerium lässt sich von Kreativität inspirieren: Studierende der Medienwirtschaft erstellten Internetauftritt für Berlin

**PROFESSOR  
STEPHAN  
FERDINAND,**  
Medienwirtschaft

Was hat Politik mit dem Studiengang Medienwirtschaft zu tun? Für zehn Studierende im Sommersemester 2002 auf einmal sehr viel – denn sie bekamen im Frühjahr vom Staatsministerium den Auftrag erteilt, einen Internet-Auftritt für die Landesvertretung Baden-Württemberg zu konzipieren und umzusetzen. Ein komplexes Projekt, das innerhalb der Lehrveranstaltung »Studioproduktion Online« verwirklicht wurde.

Die Zeit war knapp: In nur vier Monaten mussten die Inhalte gesammelt und internetgerecht aufbereitet werden; audiovisuelle Web-Anwendungen wurden entwickelt und umgesetzt. Das Staatsministerium hat nach der Präsentation den Studierenden bescheinigt: »Der Auftritt wurde in Bezug auf Funktionalität und Gestaltung als eines der führenden Online-Angebote in unserem

Bereich positioniert«. Dieses Kompliment haben sich die Studierenden allerdings hart erarbeitet. Ihr Engagement ging weit über das normale Maß hinaus und erstreckte sich auf die inhaltlichen,

produktionstechnischen und gestalterischen Anforderungen. Die Navigationsbereiche wurden definiert; sie informieren den Besucher umfassend über die Landesvertretung in Berlin. Sie wecken das Interesse an der Institution und erklären die Aufgaben. Parallel dazu erhalten Journalisten und Fachleute im Bereich „Aktuelles“ Informationen über neue Entwicklungen.

## Panoramarundgang als »Eye-Catcher«

Die Attraktivität der Seite entsteht durch drei von den Studierenden entwickelte Flash-Applikationen. Durch eine sympathische »virtuelle Begrüßung« des

Staatsministers Rudolf Köberle erhält die Seite eine persönliche Note. Der »Panoramarundgang« durch das

Haus in Berlin stellt das architektonisch attraktive Gebäude vor. Die »Erläuterung der politischen Aufgaben« erklärt anschaulich die Funktion der Landesvertretung und der anderen Institutionen in ihrem Umfeld. Eine Fotogalerie wurde als Marketinginstrument geschaffen. Um diese Aufgaben umzusetzen, sind die Studierenden mehrfach nach Berlin gereist, haben vor Ort recherchiert und knapp 1000 digitale Aufnahmen für die virtuelle Gestaltung mitgebracht. Der erste Besuch in der Hauptstadt war zugleich der politisch spannendste: Als im Bundesrat die Auseinandersetzung um die Zuwanderungsdebatte im Eklat endete, kreuzten sich die Wege der Studierenden mit den heftig debattierenden Politikern in der Landesvertretung. Spätestens zu diesem Zeitpunkt war klar: Politik ist ein spannendes Geschäft – so muss es auch im Internetauftritt rüber kommen.

## Zusammenarbeit mit realen Partnern

Alle Arbeitsergebnisse haben die Studierenden in Form eines ausführlichen, über 100 Seiten starken Pflichtenheftes für alle Projektbeteiligten dokumentiert und zugänglich gemacht. Dieses Pflichtenheft ist in einer Rekordzeit von nur drei Wochen entstanden und wurde in seiner Umsetzung von den Beteiligten als »vorbildlich« bezeichnet. Der Projektleitung bei der MFG Medienentwicklung in Stuttgart und den ausführenden Agenturen lagen damit in Form der Site-map und der ausführlichen Inhaltsübersicht (Storyboard) eine umsetzungsreife Handlungsanweisung vor.

Die Studierenden haben nicht im luftleeren Raum agiert, sondern mussten sich auf die Belange ihrer »Auftraggeber« konkret einlassen und auf deren Änderungswünsche reagieren – und das mitunter über Nacht.

## Minister lobt Zielstrebigkeit

Zur Präsentation des fertigen Auftritts im Juli 2002 im Stuttgarter Staatsministerium empfing der Minister und »Statthalter« in Berlin, Rudolf

Mit der Maus virtuell durchs Foyer der Landesvertretung



Ein Flash-Pop-Up: Die Landesvertretung in ihrem politischen Umfeld



Köberle, das studentische Team. Er lobte die Kooperationsfähigkeit und die konzentrierte Zielstrebigkeit der Studierenden. Das Staatsministerium hatte das Gefühl, eher mit einer professionellen Agentur zusammen zu arbeiten als mit einem studentischen Team. Dieses sei hoch moti-

Professor Stephan Ferdinand,  
Minister Rudolf Köberle und  
Max Franke, studentischer  
Projektleiter (v.l.)



viert, gut organisiert und eingespielt gewesen in der Kombination der unterschiedlichen Fähigkeiten, stellte das Staatsministerium fest.

Die Studierenden der Medienwirtschaft haben mit diesem Projekt unter Beweis stellen können, dass sie sich im breiten Spektrum des Studiengangs sicher bewegen können und ihre Fähigkeiten im Management, in der Gestaltung, in der Technik und in den Inhalten souverän und erfolgreich in der Praxis anwenden können.

Der Web-Auftritt:

[www.stm.baden-wuerttemberg.de/](http://www.stm.baden-wuerttemberg.de/)

Nähere Informationen:

[ferdinand@hdm-stuttgart.de](mailto:ferdinand@hdm-stuttgart.de)

[www.stephan-ferdinand.de](http://www.stephan-ferdinand.de)

## Politik und Medien Thema der dritten media.lounge: »Ein marktreifes Fernsehformat« von Studierenden

**PROFESSOR  
STEPHAN  
FERDINAND,  
PROFESSOR  
ECKHARD  
WENDLING,**  
Medienwirtschaft

Sie hat mittlerweile Tradition: die Fernsehproduktion media.lounge an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Doch was für die Öffentlichkeit und den Internetzuschauer im Netz so scheinbar routiniert daher kommt, ist für die etwa 40 Studierenden aus drei verschiedenen Studiengängen in jedem Semester eine neue Herausforderung. Denn für sie ist der Live-Talk die erste und die letzte media.lounge, die sie

erstellen. Für das aktuelle Team ist das bundesweit einmalige Projekt deshalb eine Premiere – mit hohem Standard. Nicht nur die Lehrenden, sondern auch die beteiligten Prominenten erteilen den Studierenden gute Noten. Ob Erwin Staudt oder Norbert Haug, ob Wieland Backes oder Dieter Baumann: sie alle haben dem interdisziplinären Projekt ein hervorragendes Zeugnis ausgestellt. Die fast 500 Zuschauer verfolgen die Produktion wie eine »ganz normale« Fernsehsendung an der HdM – und sprechen damit den Machern das größte Kompliment überhaupt aus, denn sie bewerten die Arbeit der Studierenden als professionell. Die Stuttgarter Zeitung titelte in ihrer Berichterstattung entsprechend: »Ein marktreifes Fernsehformat entsteht«.

Proben im Studio:  
Der media.lounge-Monitor  
funktioniert schon



**Spannend vor der Wahl:  
Das Thema »Politik und Medien«**

Bei der dritten Sendung am 25. Juni 2002 diskutierten knapp 100 Tage vor der Bundestagswahl prominente Politiker und Journalisten über das Verhältnis zwischen »Politik und Medien«. Themen waren die »Inszenierung der Politik«, die »Talk-Show-Demokratie« oder die »Sprechblasen-Statements«. Es debattierten die stellvertretende Bundesvorsitzende der SPD, Renate Schmitt, der Fraktionschef von Bündnis90/Die Grünen, Rezzo Schlauch und Eberhard Gienger für die CDU, Turnlegende und neuer Bundes-

tagskandidat. ZDF-Moderator Ruprecht Eser vertrat die elektronischen Medien. Kritische Instanz für die Talk-Runde war Peter Christ, Chefredakteur der Stuttgarter Zeitung. Seine Rolle war die des Beobachters. Zusammen mit der studentischen Co-Moderatorin Stephanie Hüther aus dem Studiengang Medienwirtschaft bewertete er für die Zuschauer im Internet und das Publikum vor Ort das Gesagte und half so, die Thematik einzuordnen. Diese »Meta-Ebene« war eine Idee der Studierenden im sogenannten Redaktionsteam. Es wollte der Talk-Sendung einen anderen Charakter geben. Die gelungene Umsetzung hat erneut gezeigt, dass mit jeder media.lounge ungewöhnliche Ideen entstehen und die Studierenden die Aufgabe mit Einfallsreichtum angehen.

Besonders ungewöhnlich war dabei der Fallschirmsprung von Talk-Gast Eberhard Gienger, der für die media.lounge vor der Hochschule einigermaßen sanft gelandet ist. Mit der spektakulären Anreise zeigte der einstige Weltklasse-

turner, wie medienwirksames Auftreten eines Politikers aussehen kann. Gengers Sprung gab deshalb Stoff für die Gesprächsrunde gleich zu Beginn der Sendung.



Eberhard Gienger landet mit dem Fallschirm

### Projektmanagement im Medienunternehmen

Um die komplexen Aufgaben der media.lounge bewältigen zu können, haben sich die Studierenden in verschiedene Teams aufgeteilt. Sie kümmern sich um Projektmanagement, Redaktion

und Marketing, Technik und Design, Produktion oder um Finanzierung und Organisation des Events. Dabei werden die unterschiedlichen Fähigkeiten der Studierenden aus den beteiligten Studiengängen an der HdM über Grenzen hinweg gebündelt. Die media.lounge wird von A bis Z von den Studierenden aus den Studiengängen Medienwirtschaft, Audiovisuelle Medien und Medienautor realisiert, die die Struktur ihres eigens gegründeten »Medienunternehmens« sehr ernst nehmen. Die Professoren übernehmen das Supervising und definieren lediglich den Rahmen. Konkrete Hilfe bei der technischen Umsetzung bieten die technischen Angestellten Kurt Müll und Matthias Bürgel, die sich weit über das normale Maß hinaus in das Projekt einbringen. Für die media.lounge können so die gängigen Formen der Lehre aufgebrochen und neue Gestaltungskomponenten gefunden werden. Hinzu kommt eine hochschulübergreifende Zusammenarbeit mit der Filmakademie in Ludwigsburg, die die Studiodekoration in Absprache mit den HdM-Studierenden entwickelt.

Die media.lounge erfordert eine ungewöhnliche Herangehensweise, weil sie die traditionellen didaktischen Strukturen hinter sich lässt. Dadurch werden Kräfte frei gesetzt, von denen sowohl die Studierenden als auch die Ausbildung insgesamt profitiert. Soft Skills wie Projektmanagement, Teamarbeit und interne Kommunikation werden geübt und an der Wirklichkeit gemessen. »Wir erleben eine Veranstaltung vom Anfang bis zum Ende. Sie ist real und muss zu einem bestimmten Termin stehen. Das Publikum will ja etwas sehen«, erläutert Medienwirtschaft-Student Peter Grabert, der für die media.lounge die Aufgabe des Redaktionsleiters übernommen hatte.

Fototermin vor Sendungsbeginn (v.l.): Rezzo Schlauch, Bündnis90/Die Grünen; Eberhard Gienger, CDU; Stephanie Hüther, Co-Moderatorin; Professor Stephan Ferdinand, Moderator; Peter Christ, StZ-Chefredakteur; Renate Schmidt, SPD; Ruprecht Eser, ZDF-Moderator





Feinarbeit in der Studiodekoration (v.l.):  
Margot Radanov,  
studentische Projektleiterin;  
Stephanie Hüther,  
Co-Moderatorin;  
Peter Grabert,  
Redaktionsleiter



### Ruprecht Eser übernimmt Lehrauftrag

Die Hochschule der Medien ist in der glücklichen Lage, das Event durch mehrere Hauptsponsoren abgesichert zu sehen. Von institutioneller Seite sind die MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg beteiligt, ebenso die Landesanstalt für Kommunikation (LfK) und die Fachhochschulinitiative für Innovationen in der Lehre (Lars). Die Freunde und Förderer der Hochschule unterstüt-

zen das Projekt regelmäßig, darüber hinaus rund 50 Sponsoren aus den Bereichen Technik und Event.

Für die dritte media.lounge hat die Hochschule der Medien erneut die Stuttgarter Zeitung als Medienpartner gewinnen können. Sie berichtet im Vorfeld, am Abend selbst und danach über das, was die Studierenden auf die Beine stellen. Talk-Profi Ruprecht Eser vom ZDF zeigte sich von der vergangenen media.lounge so beeindruckt, dass er sich entschloss, das Angebot eines Lehrauftrages anzunehmen. Für das Sommersemester 2003 hat er zugesagt, im Studiengang Medienwirtschaft »Journalistische Arbeitsmethoden« zu lehren.

Nächste media.lounge: 21. Januar 2003

Thema: Unterhaltung und Medien

Gäste (unter anderem):

Gotthilf Fischer, »Chorleiter der Nation«,

Bärbel Schäfer, RTL-Moderatorin,

Herbert Feuerstein, Entertainer

Kontakt: [ferdinand@hdm-stuttgart.de](mailto:ferdinand@hdm-stuttgart.de),

[wendling@hdm-stuttgart.de](mailto:wendling@hdm-stuttgart.de)

## HdM und SWR1 arbeiten »Hand in Hand«: Studierende erstellten Video-Trailer für Hörfunkaktion

**PROFESSOR  
STEPHAN  
FERDINAND,**  
Medienwirtschaft

Zehn Studierende der Studiengänge Medienwirtschaft und Audiovisuelle Medien der Hochschule der Medien (HdM) haben im Sommersemester 2002 für das erste Hörfunkprogramm des Südwestrundfunks (SWR1) einen Video-Trailer pro-

duziert. In dem im Tempo schnellen und kurzweiligen Spot wird der Zuschauer animiert, sich bei der Hörfunkaktion »Hand in Hand fürs Land« zu beteiligen. Mit dieser Aktion wurden die Bürger in Baden-Württemberg aufgefordert, ihre unmittelbare Umgebung zu verschönern.

Herausforderung für die Studierenden war es zum einen, dieses Thema optisch verständlich und zielgruppengerecht umzusetzen. Zum anderen bot die Arbeit die Chance, die technischen Möglichkeiten der visuellen Bildbearbeitung anhand dieser Produktion zu üben. »Ich bin beeindruckt von der Professionalität dieses Trailers«, kommentierte SWR1 Marketing-Chef Christoph Mohr die Ergebnisse der Studierenden bei der Präsentation im Stuttgarter Funkhaus.

### Inhaltliche und technische Kompetenzen verknüpft

Gezeigt wurde der originelle Spot unter anderem am 2. Juni 2002 auf einer Großbildleinwand auf dem Stuttgarter Schlossplatz vor mehreren zehntausend Menschen, die das SWR1-Konzert der



Das Team bei den  
Dreharbeiten



Das Motto der Aktion



Popgruppe Pur verfolgten. In den Konzertpausen wurde der Spot eingesetzt. Wegen der Lärmkulisse musste auf die »gesprochene Sprache« ganz verzichtet werden. Die Studierenden konzentrierten sich daher auf die Elemente Bild, Text und Musik, um die Stimmungen zu vermitteln. Die konzeptionelle Planung, das Drehbuch und die Dreharbeiten entstanden im Studiengang Medienwirtschaft innerhalb des Seminars »Medienkonzeption« bei Professor Stephan Ferdinand, der das Projekt federführend betreute. Schnitt und

Bildbearbeitung sowie Ton und optische Gestaltung kamen aus dem Studiengang Audiovisuelle Medien. Die Studierenden arbeiteten so über die traditionellen Studiengangsgrenzen hinweg und ergänzten sich mit ihren unterschiedlichen Kompetenzen und Fähigkeiten. Sie lernten nicht nur an der Sache, sondern auch voneinander.

### Realitätsbezug war Reiz des Projektes

Die Rückkoppelung während des Semesters erfolgte durch mehrere Mitarbeiter des SWR. Dieser Realitätsbezug stellte einen weiteren Reiz des Projektes dar. Beide Seiten – Studierende und SWR1 – kamen zu dem Schluss: Es war eine ernsthafte und kreative Arbeit, die im wahrsten Sinne des Wortes »Hand in Hand« erfolgte. Sie überzeugte so sehr, dass sowohl SWR1 als auch der Aktionssponsor EnBW spontan beschlossen, den Trailer schon vor der Premiere auf ihrer Homepage einzubinden ([www.swr1.de](http://www.swr1.de) oder [www.enbw.com](http://www.enbw.com)).

Kontakt: [ferdinand@hdm-stuttgart.de](mailto:ferdinand@hdm-stuttgart.de)

## Container für Messeeinsätze

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Die Stuttgarter Alfred Scholpp GmbH überließ der Hochschule der Medien einen Container. Ein Team um Iven Kahm und Jochen Busch, Studierende der Studiengänge Druck- und Medientechnologie beziehungsweise Print-Media-Management, hat ihn in monatelanger Arbeit generalüberholt, damit er künftig bei Messen für den Transport von Material und vor Ort zur Aufbewahrung der Messeausstattung eingesetzt werden kann.

»Regelmäßig hat sich die Frage gestellt, wie wir unsere Materialien zum Messeort hin- und zurück transportieren«, berichtete Iven Kahm.

»Um das Rad bei jedem Messe-Einsatz nicht immer neu erfinden zu müssen, haben wir uns auf die Suche nach einem Container gemacht, den wir dauerhaft nutzen können«, ergänzte Jochen Busche. In Scholpp fanden die beiden Studierenden schnell den richtigen Partner. Dank der Unterstützung weiterer Firmen (MAN Roland Druckmaschinen AG, Offenbach, und Sun Chemical/Hartmann Druckfarben GmbH, Frankfurt/Main) und des Fördervereins der Hochschule konnten die nötigen Materialien für die Generalüberholung beschafft werden. In ihrer Freizeit haben die beiden Studenten mit ihren Kommilitonen den 6 Meter langen, je 2,50 Meter hohen und breiten Container auf dem Werksgelände von Scholpp abgeschliffen, grundiert und neu lackiert. Innen befestigten sie Haken, damit die zu transportierenden Gegenstände nicht verrutschen. Außerdem haben sie den Container mit einer Wechselbrückenpritsche ausgestattet, so dass er leicht auf- und abzuladen ist. Standort des »Messe-Containers« ist der Parkplatz der Hochschule der Medien in der Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart.

Blickfang auf dem  
HdM-Parkplatz



Kontakt: [schaul@hdm-stuttgart.de](mailto:schaul@hdm-stuttgart.de)

# Projektarbeit in der Ausbildung: Studierende arbeiten mit Partnern aus der Wirtschaft

**MIRJAM MAREIS,**  
**MARKUS WEISS,**  
**FRANK HÖRNER,**  
Print-Media-  
Management

Im 8. Semester steht für Studierende des Studiengangs Print-Media-Management Projektarbeit auf dem Lehrplan. Im Sommersemester 2002 haben 19 Studierende in drei Teams mit Partnern aus der Wirtschaft an Projekten gearbeitet.

## Projekt 1: End User-Projekt im Bereich Commercial Printing Papers

Der technologische Wandel in der Druckindustrie, die steigenden Anforderungen des Marktes an die Bedruckstoffe hinsichtlich Qualität und Kosten haben zu deutlichen Veränderungen bei Technologien und Produktionsverfahren zur Herstellung der Bedruckstoffe geführt. Digitalisierung, Automatisierung, Innovationen, Synergien und eine zunehmende Konzentration kennzeichnen die Zukunft der Betriebe. Führungskräfte und Fachpersonal, Auszubildende und Lehrende müssen sich gleichermaßen auf die vorhandenen Technologien und Möglichkeiten einstellen. Das Wissen um diese stürmische Entwicklung und die neuen Möglichkeiten wird in zahlreichen Einzeldarstellungen für die Fachwelt publiziert sowie auf nationalen und internationalen Symposien und Konferenzen erläutert und diskutiert. Es ist für die einzelnen Papierhersteller aber schwierig, sich auf dem Laufenden zu halten, und eine Gesamtübersicht zu erarbeiten, da die Unternehmensumwelt immer komplexer und dynamischer wird.

Sieben Studierende des 8. Semesters im Studiengang Print-Media-Management der Hochschule der Medien führten im Auftrag von M-real eine Untersuchung der verschiedenen Kundenanforderungen in verschiedenen Papiersegmenten durch. Der Schwerpunkt lag im Bereich Commercial Printing Papers innerhalb Deutschlands.

Die Projektgruppe beschäftigte sich mit den Bereichen Produktstruktur, Wertschöpfungskette, Endkunden, Papierauswahl und der Sortenkenntnis der einzelnen Unternehmen. Ziel des Vorhabens war die Erstellung von aktuellen und zukünftigen Produktprofilen für eine kundenorientierte Produktentwicklung.

Insgesamt konnten 27 Druckereien für die Studie gewonnen werden, die anhand eines

zuvor ausgearbeiteten Fragebogens zu den genannten Schwerpunkten befragt wurden. Der Fragebogen setzte sich aus offenen und geschlossenen Fragen zusammen, um ein möglichst umfangreiches Ergebnis zu erhalten. Die befragten Druckereien stellten einen repräsentativen Querschnitt der geforderten Kundengruppe des Auftraggebers M-real dar. Es zeigte sich, dass beispielsweise die Papierauswahl häufiger nicht von den Druckereien selbst getroffen wird, sondern von ihren Endkunden, beziehungsweise den zwischengeschalteten Werbeagenturen, welche ein Hauptaugenmerk für zukünftige Vertriebs- und Marketingmaßnahmen darstellen. Trifft das Unternehmen die Papierauswahl selbst, so spielen in erster Linie der Preis, die schnelle Verfügbarkeit und erst dann die Qualität eine Rolle. Dies hängt damit zusammen, dass viele Druckereien keine großen Unterschiede bei Papieren gleicher Papierqualitäten verschiedener Hersteller sehen. Die Studie zeigte deutlich die vorhandenen Potenziale bezüglich der Marketingaktivitäten, der Produktentwicklung und dem Service eines Papierherstellers. Die von den Studenten abgeleiteten Produktprofile und die dazu ausgesprochenen Empfehlungen wurden von M-real sofort in Handlungsanweisungen umgesetzt, und somit wurde gleichzeitig auch ein weiterer Schritt in Richtung einer Endkunden orientierten Papierentwicklung getan.

## Projekt 2: Rechtsformenvergleich

Fünf Studierende haben einen Vergleich aller wichtigen Rechtsformen in Deutschland erstellt. Von der OHG bis zur AG wurden alle wichtigen Merkmale der einzelnen Rechtsformen erarbeitet und ausführlich in einem Abschlussbericht erläutert. Besondere Bedeutung kam dabei den Aspekten Nachfolge, Outsourcing, Unternehmensverkauf und europäische Rechtsformen unter Berücksichtigung aller strategischen Möglichkeiten für Unternehmer zu.

Um einen möglichst hohen Praxisbezug herzustellen, führte die Projektgruppe eine umfassende Befragung bei Unternehmen der Druckindustrie durch. Ziel war es, einerseits einen

Überblick über die Häufigkeit verschiedener Rechtsformen zu bekommen und andererseits zu untersuchen, inwieweit sich Unternehmer überhaupt mit diesem Themenkomplex beschäftigen. Die Ergebnisse des Vergleichs fließen in die Loseblattsammlung »Waypoints« ein.

»Waypoints« entstand auf Initiative von Professor Bernd-Jürgen Matt und Professor Gerd Finkbeiner, MAN Roland Druckmaschinen AG, Offenbach. Es ist ein Nachschlagewerk zur Positionierung und strategischen Ausrichtung von Unternehmen der grafischen Industrie.

Das Team von Projekt 3 mit Professor Rolf Fischer, Leiter des Studiengangs Print-Media-Management (2. v.r.), und Thomas Licht, DB-Regio



### Projekt 3: Potenzialanalyse der Informationsmedien und der Kundenzeitschrift TAKT der DB-Regio Baden-Württemberg

Sieben Studierende des Studiengangs Print-Media-Management führten eine Potenzialanalyse der Informationsmedien und der Kundenzeitschrift »TAKT« für die DB-Regio Baden-Württemberg durch. Zunächst erstellte die Projektgruppe einen Fragebogen. Mit Hilfe dieses Fragebogens wurden anschließend bei einer Umfrage in den Zügen des Regionalverkehrs Baden-Württemberg die für die Potenzialanalyse relevanten Informationen von den Fahrgästen erfragt. Die Ergebnisse der Auswertung und Empfehlungen, wie zum Beispiel mit der Kundenzeitschrift »TAKT« als Informationsmedium über den Nahverkehr der DB-Regio die Kundenbindung und die Interessentenbindung erhöht werden kann, wurden im Juli 2002 im Bahnhofsturm des Stuttgarter Hauptbahnhofs der DB-Regio präsentiert. In welcher Form die Empfehlungen der Studierenden umgesetzt wurden, kann beim Relaunch der Kundenzeitschrift »TAKT« der DB-Regio beobachtet werden.

Kontakt: [tsiounis@hdm-stuttgart.de](mailto:tsiounis@hdm-stuttgart.de),  
[fischer@hdm-stuttgart.de](mailto:fischer@hdm-stuttgart.de)

## HdM-Image-Video 2002: »What a Feeling!«

**PROFESSORIN  
SUSANNE MAYER,**  
Audiovisuelle Medien

Im Sommersemester 2002 machte sich ein Team von Studenten der Studiengänge Audiovisuelle Medien und Medienautor in ihrer Semester-Produktion im Fach Videotechnik an die Arbeit, unsere Hochschule in einem hochwertigen Video zu porträtieren. Das Erlernen von diversen Aspekten der Videotechnik stand dabei im Vordergrund – vor allem der Umgang mit unterschiedlichen Videokameras, die digitale Nachbearbeitung mit Grafik, Compositing und Special Effects, und allgemein das Video Design mit einer zum neuen HdM Design passenden Ästhetik sollten in dieser Aufgabe geübt und gelernt werden. Die inhaltliche Aufgabe war anspruchsvoll.

Folgende Kriterien wurden mit der Hochschulleitung abgestimmt und festgelegt:

- Das Image-Video muss nach innen wie nach außen wirken. Es soll zum einen an potenzielle Interessenten verschickt und auf Messen gezeigt werden, zum anderen seinen Einsatz im Haus bei Festlichkeiten aller Art finden.
- Gleichzeitig wird auch die fachbereichsübergreifende Zusammenarbeit im groß geworde-

nen Haus angeregt und die Identifikation aller Hochschulangehörigen mit der Institution gefördert.

- Beim Einsatz auf Messen ist zu beachten, dass das Image-Video auch ohne Ton die gewünschte Botschaft transportiert.

### Positionierung und Konzeptionsphase

Vor der tatsächlichen Produktion des Films war somit eine lange und gründliche Konzeptionsphase erforderlich: Zunächst wurden andere Hochschul-Image-Filme gesucht und gesichtet. Verschiedene Konzeptionen und deren ästhetische Umsetzung von international ausgezeichneten Image Videos aller Art wurden von der Gruppe analysiert. Bald war klar, dass man keinen »normalen« Image- beziehungsweise Werbe-Film produzieren wollte, sondern ein emotional packendes, die Energie und generelle Stimmung in der Hochschule reflektierendes Video. Die moderne Architektur der HdM in Verbindung mit Menschen

in den Räumen und Werkstätten des Hauses sollen zeigen, dass vor allem anderen, auch vor dem Anspruch, praktische Informationen zu vermitteln, die lebendige Atmosphäre spürbar wird.

Nach der ersten Planungsphase wurden einige Kernaussagen zur Hochschul-Positionierung formuliert:

- international, modern, aber auch bodenständig
- Die fundierte technische, alle Bereiche der Medienpraxis umfassende Ausbildung ist herausragender Vorteil unserer Hochschule.
- Die Ausbildung ist praxisnah und ganzheitlich. Sie reicht von der inhaltlich-konzeptionellen Seite über die Gestaltung bis hin zur technisch-praktischen Umsetzung und Vermarktung der Produkte.
- Neben fachlicher Kompetenz erwerben die Studenten durch ausgeprägte Teamarbeit auch Sozialkompetenz und haben Spaß am Studieren.

### Dramaturgie

Diese inhaltlichen Anforderungen wurden in einer visuellen Dreigliederung umgesetzt:

- Teil 1  
»Am Anfang war das Wort...«; »Es ward Licht...«  
Schöpferisches wird symbolisch dargestellt. Bei den ersten Bildeinstellungen – die Hochschule ist noch menschenleer – steht die Architektur im Vordergrund. Der Betrachter wird durch die Ästhetik der Architekturbilder eingestimmt. Inspiration ist fühlbar präsent durch langsame Bildfolgen und weiche Blenden.
- Teil 2  
»Lebendige Hochschule«  
Studenten beherrschen die Technik, wir sehen sie in ihre Projekte vertieft. Schnelle Schnitte und eine rhythmische, visuell raffiniert und ästhetisch konzipierte Bildmontage repräsentieren die Intensität dieser Arbeit. Hier wird – wie im Konzept festgelegt – nicht dokumentarisch informiert, sondern die Arbeitsabläufe werden in kleinen Geschichten erzählt, die den Betrachter in den Film hineinziehen. Die Konvergenz der heutigen Medien, das fächerübergreifende Arbeiten und die Kohäsion innerhalb der Hochschule kommen durch den ständigen Wechsel von Bildern aus allen Fachbereichen zum Ausdruck.
- Teil 3  
»Es ist vollbracht...«  
Der Schlussteil des Films ist ruhig und rundet das Ganze ab. Wir gelangen von dem mit Informationen gefüllten Bildern des zweiten Teils in die soziale Realität des Hochschulalltags. Studenten sitzen nach getaner Arbeit zusammen, unterhalten sich, essen und trinken. Der Zusammenhalt innerhalb der Hochschule und der

Gemeinschaftssinn unter den Studenten wird nochmals betont. Am Ende ihres Studiums verlassen wertvolle Nachwuchskräfte die Hochschule – symbolisch ausgedrückt durch vier Studenten, die miteinander zum Hochschullogo hinführen – das »Misson-Statement« der Hochschule beendet auf diese Weise den Film.

### Musik

Bereits zu Beginn der Produktionsphase stand das Thema Sound beziehungsweise Musik im Raum. Obwohl das Video auch ohne Musik funktionieren sollte, wurde Sound gesucht und gefunden. Die Gruppe »3d«, bestehend aus Absolventen der Stuttgarter Musikhochschule, komponierte die Filmmusik. Das erste Stück ist vokal, gesungen von Konstanze Kulinsky. Im Background sind tibetanische Mönche zu hören. Der Titel »O quam mirabilis« ist aus dem Lateinischen und heißt übersetzt so viel wie »Oh wie wunderbar«. Dieser Text stammt von Hildegard von Bingen; er erzählt von Schönheit, Schöpfung und Inspiration. Eine Klaviereinlage leitet vom zweiten zum dritten Teil über, improvisiert von Thomas Suchy, einem Teammitglied.

Die Studenten stellten sich mit ihrer Arbeit einer komplexen Aufgabe: die Konzeptionsphase, in der theoretische Studien über Benchmarking, Positionierung, Zielgruppen und Ästhetik-Trends betrieben wurden, ging über in praktische Produktionsplanung und technische Umsetzung wie Kameraarbeit, Lichtführung, Schnitt, Compositing, Grafik und Video Design. Regieaufgaben wie Continuity und Schnitt, aber auch Casting und Darstellerführung und nicht zuletzt die Präsentation bei der Premiere für die Öffentlichkeit am Abend der Medianight am 27. Juni 2002 kamen dazu. Außerdem musste das Werk im Kolloquium bestehen und wurde benotet. Von der Hochschulleitung kam hohes Lob, viel Anerkennung und Dank für dieses wichtige neue PR-Instrument – im Haus fürs Haus produziert! Schauen Sie sich's an – in Kürze werden DVDs bereit liegen. Informationen gibt es bei Kerstin Lauer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der HdM. Lassen Sie sich auf Emotionen ein – genießen Sie!

Kontakt: mayer@hdm-stuttgart.de,  
presse@hdm-stuttgart.de

### Das Team:

Sascha Goedicke, Sascha Knödler, Andreas Ploß, Marcus Schöbl, Jan Schulze, Thomas Suchy, Constantin von Zitzewitz  
Betreuung: Matthias Bürgel, Professor Axel Hartz, Professorin Susanne Mayer, Kurt Müll, Verena Thomas



## »Konzipieren, Texten, Layouten, Produzieren, Programmieren ...«

**PROFESSOR DR. FRANCO P. ROTA,**  
Werbung und  
Marktkommunikation

Zum dritten Mal erschien »point«, die periodische Werberzeitschrift des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation der Hochschule der Medien. »point« blieb nicht nur auf die Printausgabe beschränkt, sondern ein zweites Standbein wurde geschaffen: »point«-online. Eine Crew von rund 25 Studierenden – aufgeteilt in zwei Redaktionen (Print und Online) – erlernte von Grund auf, wie Realisation und Produktion eines Printproduktes und seiner Online-Ausgabe in Echtzeit funktionieren.

In »point« sind alle Tätigkeitsbereiche eines Magazins integriert. Die Funktionen und Aufgabenbereiche übernehmen die Studierenden entsprechend ihren Interessenschwerpunkten. Dazu gehören im Falle der Printausgabe: Die Chef- und Schlussredaktion, die Textredakteure und Reporter, die Umbruchredakteure, Layouter und Grafiker sowie Illustratoren, die Kontakter und Anzeigenakquisiteure (für Anzeigen und Banner), die Produktionsbetreuer, die Redakteure für die Eigenkommunikation der Publikation sowie die Koordinatoren zwischen den genannten Berei-

chen. Für die Online-Nummer sind das Text- und Online-Redakteure, Webdesigner und Programmierer, die »point« zu einer umfassenden Cross-Media-Publikation machen.

### Jobs to do

In Kürze sind es folgende Aufgaben, die den Studierenden zufallen: Der Erscheinungstermin muss festgelegt und geplant werden. Das Heft muss dabei einer Mischung aus den Kriterien der Interessen der Zielgruppen (Fachbezug, Aktualität, Relevanz) gerecht werden. Es gilt also, Themen für das Heft zu finden, die werblich, kommunikationsfähig und (leser-)marktorientiert sind, sowie auch beim Erscheinungstermin noch Gültigkeit besitzen und lesenswert sind. Es müssen Entwicklungen und Ereignisse in der Medien- und Werbegesellschaft beobachtet und bei der Planung der jeweiligen Semesterausgabe berücksichtigt werden, wie zum Beispiel die Bundestagswahlen des Herbstes 2002, die in Nummer 3 bereits im Sommer zur Titelgeschichte wurden.

Einzelne Artikel müssen angedacht, durchdacht und in magazinartige Beiträge verpackt werden, wie etwa Aufmacher, Berichte, Meldungen, Features, Reportagen, Interviews. Es kann aber auch passieren, dass ein Thema aus inhaltlichen Gründen oder Platznot »abgeschossen« wird. Dabei ist es wichtig, dass die Themen im Heft einen Mehrwert für den Leser haben (Verwertungskriterium) und im Rahmen des Möglichen gut recherchiert sind. Die Redakteure/Texter müssen darauf achten, dass sie die Quintessenz eines Artikels herausarbeiten. Die Online-Redakteure halten sich weitgehend an die Themen der Printausgabe, haben aber die Chance, aktuelle und ereignisnahe Themen und Artikel zu entwickeln und mit ihren Designern zu koordinieren. Damit nicht genug: Eine wichtige Aufgabe ist in der Recherche- und Textphase, die grafischen »Mitarbeiter« frühzeitig über die Heftinhalte und die einzelnen Artikel zu informieren. Erst so können sie sich Vorstellungen über die Gestaltung einzelner Seiten, die Illustration einzelner Geschichten oder Artikel, aber auch den Entwurf einer Titelseite machen und den Umbruch des Heftes festlegen. Neben

Titel der dritten Ausgabe



der Festlegung der Überschriften, Bildunterschriften oder der Platzierung von Anzeigen, gehört der gelungene Gesamtauftritt von »point« zu den Aufgaben der Grafik. Last, but not least: Wer betreut den Druck, checkt die Farben im Andruck, nimmt den Druck ab? Und wer beurteilt die Aufmachung der Online-Geschichten? Wann startet die Aussendung mit den Direkt-mails? Alles Aufgaben, die »point« abverlangt.

Die Kooperation und Koordination zwischen Redaktion und Grafik, zwischen Design und Programmierung, zwischen Produktion und Außenkommunikation sind wichtig für den Erfolg, also das Erscheinen am Semesterende. Ohne diese Zusammenarbeit funktioniert weder die Idee »point« noch deren Umsetzung. Das bedeutet im Klartext: Die Leistungsbereitschaft und die Ergebnisorientierung im Team und in der Gruppe

(also der einzelnen Realisations- und Produktionsbereiche) ist genau so wichtig wie jene einzelner Studierender, die sich bestimmten Texten oder Illustrationen widmen. Damit ermöglicht »point« nicht nur die wichtige individuelle Profilierung und Entwicklung der Studierenden sondern auch die Professionalisierung in der Zusammenarbeit mit den »point-Kollegen«.

»point« hat sich mit der dritten Ausgabe und der Online-Version zu einer wichtigen Publikation für den Studiengang und die Studierenden entwickelt. Der Studiengang Werbung und Marktkommunikation ist bemüht, »point« am Leben zu erhalten. Denn der Newsletter ist aus didaktischen und aus Imagegründen ein notwendiges Produkt.

Kontakt: [rota@hdm-stuttgart.de](mailto:rota@hdm-stuttgart.de)

## »OLGA im Hospital«

**PROFESSOR  
ECKHARD  
WENDLING,**  
Medienwirtschaft

Kinder haben sehr oft große Angst vor dem Moloch Krankenhaus. Keiner geht gerne in die Klinik. Meistens hat man ja einen wenig erfreulichen Anlass. Speziell die ganz kleinen Patienten fühlen sich hier oft einsam und einer unverständlichen Technik ausgeliefert. Diese Erkenntnis war der Ausgangspunkt für die Entstehung einer Videoproduktion in enger Zusammenarbeit mit dem Olga-Klinikum, Stuttgart, und der Olgäle-

Stiftung für das kranke Kind. Neun Studierende des Studienganges Medienwirtschaft entwickelten dazu eine Konzeption, die eine kurze, informative und sympathische Einführung geben soll in all die Dinge, die kleine Patienten im Krankenhaus wissen müssen.

### Trickfigur »Olga«

Entwickelt wurde die Trickfigur der »Olga«, die das Krankenhaus ihr Zuhause nennt und die kleinen Patienten mitnimmt auf eine Entdeckungstour durch die einzelnen Stationen.

Die Herausforderung in der technischen Umsetzung lag in der Kombination von realen Videosequenzen des Klinikalltags und der im Programm Flash animierten Trickfigur. Hier war viel Feingefühl gefragt, um einen szenisch glaubwürdigen Eindruck entstehen zu lassen.

Der fertige Videofilm wurde Ende des Sommersemesters 2002 dem ärztlichen Kollegium der Olga-Klinik erfolgreich präsentiert und steht ab sofort allen kleinen Patienten zur Information auf VHS zur Verfügung. In einem nächsten Schnitt wird der Videofilm innerhalb des europaweit wirkenden Comenius-Projekts auf einem speziellen Internetportal europäischer Kinderkliniken für jedermann abrufbar sein.

Kontakt: [wendling@hdm-stuttgart.de](mailto:wendling@hdm-stuttgart.de)



# Von BOBCATSSS über ComInfo zur Buchmesse: Beiträge zur Imageförderung der HdM

**PROFESSOR DR.  
WOLFGANG RATZEK,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

Hochschulmarketing, und damit auch die Öffentlichkeitsarbeit<sup>1</sup>, besitzt – trivialerweise – sowohl eine strategische als auch eine operative Dimension. Nicht ganz so trivial, wie es klingen mag, ist die Fokussierung. Oder: Wer macht was? So könnte, wie das häufig bei Wirtschaftsunternehmen der Fall ist, die HdM-Leitung für das Strategische und die Fachbereiche für das Operative verantwortlich zeichnen. Unsinn? Genau! Warum? Weil wir es mit drei relativ selbstständigen Akteuren zu tun haben: Hochschulleitung, Fachbereiche, Professoren. Eine Harmonisierung der Aktivität, wie das in Wirtschaftsunternehmen der Fall ist, scheint meines Erachtens nur auf die – zugegebenermaßen plakativen Phrasen – möglich, wie »Wir wollen nur das Beste für die HdM« oder der nicht mehr ganz frische Slogan »Tue Gutes und rede darüber«.

**1** Die ich im Marketing-Mix als Teil der Kommunikationspolitik neben Werbung, Verkaufsförderung und persönlichen Verkauf sehe.

**2** Die Fusion von HDM und HBI zur HdM darf hier als Beispiel genannt werden. Es ist davon auszugehen, dass weder die HDM noch die HBI vor zehn Jahren den Wunsch zur Fusion hatten. Das Antonym zu Fusion ist die Fission. So könnte schnell – bei wem auch immer – die Frage nach einem neuen Zuschnitt der Fachbereiche oder gar die Ausgliederung/Einstellung von Studiengängen aufgeworfen werden.

**3** Erinnert sei hier an das Ranking im Manager-Magazin und im Focus. Bleibt zu fragen, ob ein ungünstiger Platz im Ranking immerhin noch besser ist, als gar nicht wahrgenommen zu werden.

**4** Einige Hochschulen, zum Beispiel die Fachhochschule Potsdam, sind ein Joint-Venture mit einer PR-Agentur eingegangen.

**5** Ich kann hier selbstverständlich nicht im Namen des Fachbereichs sprechen, sondern nur auf Leistungen eingehen, an denen ich selbst beteiligt war/bin.

## Braucht die HdM ein Hochschulmarketing?

Wenn wir uns unserer Existenz sicher sein können<sup>2</sup>, wenn es einen kontinuierlichen Run von Studierenden auf die HdM gäbe, wenn alle Studiengänge überlastet wären, wenn TV und Print laufend positiv über die HdM berichteten. Auch Hochschulen stehen im Wettbewerb mit anderen Hochschulen (Stichwort: Ranking<sup>3</sup>), sodass wir unseren Profilierungsprozess bei potenziellen Studieninteressenten, in der Öffentlichkeit und dem Unterhaltsträger fortsetzen.

Doch wie soll ein wirkungsvolles Hochschulmarketing in die Tat umgesetzt werden?<sup>4</sup> Die zentrale Öffentlichkeitsarbeit der HdM leistet hierbei einen lobenswerten Beitrag, indem sie unter anderem den Aufbau und die Pflege von Kontakten zu unseren Stakeholdern organisiert, Hilfe bei der Entwicklung individueller PR-Aktivitäten anbietet.

Ein weiterer nicht minder wichtiger Aspekt sind unsere Aktivitäten, wie zum Beispiel »HdM aktuell«, media.lounge, HdM-TV, HdM-Radio, die zahlreichen Publikationen und Vorträge der Kollegen. Vergessen sollten wir auch nicht unsere Lehrangebote und den Umgang mit unseren Studierenden.

Im Fachbereich Information und Kommunikation existiert zwischen Dekanin und einigen Akteuren ebenfalls eine enge Zusammenarbeit zur Koordination des Fachbereichsmarketings als Beitrag zur Förderung der HdM.

## Aktivitäten des Fachbereichs

Nach rund einem Jahr unter dem Dach der HdM kann der Fachbereich eine positive Bilanz ziehen.<sup>5</sup> Neue Studienangebote sind eingerichtet beziehungsweise befinden sich im Aufbau. Die Zusammenarbeit in Lehre und PR mit den anderen Fachbereichen und der zentralen PR-Abteilung ist sehr gut angelaufen. Einige Beispiele unserer Arbeit seien hier kurz vorgestellt:

## BOBCATSSS 2002

Große Anerkennung erhielt das internationale Symposium BOBCATSSS im Januar 2002 im slowenischen Portoroz, an dessen Ausrichtung Studierende des Fachbereichs Information und Kommunikation maßgeblich beteiligt waren. BOBCATSSS steht für eine Reihe von Kongressen mit Themen aus der Informationswissenschaft. Jedes Jahr organisieren Studierende zweier BOBCATSSS-Hochschulen das Symposium. Im Rahmen eines dreisemestrigen Projekts »Internationales Projektmanagement«, unterstützt durch die Professoren Ingeborg Spribille, Dr. Alexander W. Roos und Dr. Wolfgang Ratzek, erfuhren die Studierenden die Freuden, Probleme und Strapazen, die eine internationale Kooperation bereitet.

Im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung erhielt eine Multimedia-Präsentation große Anerkennung, die von Studierenden der Fachbereiche Information und Kommunikation sowie Electronic Media entwickelt worden war. Übrigens: Die Finanzierung des Kongresses gehörte ebenfalls zu unseren Aufgaben. Da wir im Plus abgeschlossen haben, konnten wir auch die aufgenommenen Darlehen zurückzahlen, zum Beispiel an den Förderverein der Hochschule.

### S-City Buch- und Medienmeile

Im Mai 2002 verwandelte sich der Stuttgarter Schlossplatz zum »Schauplatz für Bücher, Multimedia und mehr«. Der Fachbereich nutzte die Gelegenheit, um auf seinem Stand sowohl den Fachvertretern als auch der Öffentlichkeit das Angebot der HdM näher zu bringen.

### ComInfo

Auf der wichtigen Leitmesse für Wissensmanagement trafen sich im Juni 2002 in Frankfurt/Main renommierte Akteure der Informationswirtschaft. Der HdM-Studiengang Informationswirtschaft stellte seine Inhalte und Lösungen zur Gestaltung eines Business Intelligence Management vor. Sehr viel Anerkennung vom Ausrichter, der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Praxis (DGI e.V.), und den Ausstellern erhielt das Team von HdM-TV, das die Highlights der ComInfo in Bild und Ton festhielt. Als Dank dafür kam ein Teil des Teams auf die Titelseite der Fachzeitschrift »Information - Wissenschaft und Praxis« (5/2002).

### DMS Expo

Dokumenten Management Systeme (DMS) spielen im Business Intelligence Management eine wichtige Rolle. Auf der DMS Expo Essen im September 2002 haben das HdM-TV-Team, noema.media und der Autor zwei Vorhaben realisiert. Zum einen wurde die AIIM Conference (Association for Information and Image Manage-

ment) als Livestream ins Internet übertragen, zum anderen wurden die Grundlagen für einen Lehrfilm »Dokumenten Management Systeme« gelegt.<sup>6</sup> Die erfolgreiche Arbeit führte zum Angebot, auch die DMS Expo 2003 zu dokumentieren.

### Buchmesse Frankfurt und ICICOM

Digitale Medien und Dienstleistungen wurden auf der Buchmesse Frankfurt unter dem Thema »Media & Information« in Halle vier zusammengefasst. Ergänzt wurde die Ausstellung durch das neu geschaffene ICICOM-Programm (International Center for Information and Content Management). Hier trat unter anderem auch die HdM als Partner auf.

### Zukunft gestalten

Dieser kleine Ausschnitt zeigt, welche Beiträge der Fachbereich für das innere und äußere Erscheinungsbild der HdM leistet. Dabei wird auch deutlich, dass der Erfolg der HdM zu einem sehr erheblichen Teil mit persönlichem Engagement verbunden ist. Optimal wäre ein Engagement aus einer Synthese von persönlichem Nutzen und einem Nutzen für die HdM. Die hier vorgestellten Beispiele stehen dafür. Bleibt am Ende noch ein Fragezeichen zu setzen: Was machen wir mit denjenigen, die weder an der eigenen Reputation arbeiten, noch an der Reputation der HdM mitwirken?

Kontakt: ratzek@hdm-stuttgart.de

<sup>6</sup> Es ist geplant, den Lehrfilm in Lehrveranstaltungen einzusetzen, aber auch eine Fassung für praktische Übungen zu nutzen, zum Beispiel Grafiken, Musikeinspielungen, Überblendungen

## Deutsch-belgisches Gemeinschaftsprojekt: Studierende gestalten eine Weinflasche und produzieren die Flaschenverpackung

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Im Sommersemester 2002 organisierte Professor Dr. Eckard Conze, Leiter des Studiengangs Verpackungstechnik an der Hochschule der Medien, einen Workshop mit Partnern der Artevelde Hogeschool Gent in Belgien. Die Teilnehmer hatten die Aufgabe, eine Weinflasche zu gestalten sowie die passende Verpackung dafür zu produzieren. Die Gestaltung der Flasche übernahmen die belgischen Studierenden, die der Flaschenbox und

die Erstellung der Stanzform für die Produktion der Verpackung die deutschen Kommilitonen. »Diese Zusammenarbeit hat sowohl das technische als auch das sprachliche Know-how der künftigen Verpackungstechnik-Ingenieure gefordert«, erklärte Conze. Die gemeinsame Arbeit habe den Studierenden jeweils einen Einblick in die Ausbildung im Nachbarland ermöglicht. Sie lernten andere Mentalitäten und Arbeitsweisen kennen.



Der Grundstein für die Zusammenarbeit mit den belgischen Studierenden wurde bei einem Besuch in Gent zu Semesterbeginn gelegt. Auf der Fachmesse Interpack, die Ende April 2002 in Düsseldorf stattfand, wurde das weitere Vorgehen besprochen. Die Studierenden teilten die Arbeit am gemeinsamen Projekt auf und stimm-

ten die weiteren Schritte per E-Mail oder telefonisch ab. Dazu zählten auch die Druckaufträge. »Die Flaschenverpackungen wurden im Offsetdruckverfahren in Belgien gedruckt. Die Belgier brachten die fertig bedruckten Bögen zur HdM. Dort haben wir sie ausgestanzt und fertig verar-



Die Studierenden mit ihren Ergebnissen

beitet«, berichteten die Studierenden Manuela Schön und Matthias Bösel. Die Stuttgarter Studierenden hatten sich auch um das Bedrucken der Weinflaschen gekümmert. Dafür durften sie Maschinen der ISIMAT GmbH, Ellwangen, nutzen. »Die Flaschen wurden mit einem von ISIMAT entwickelten Verfahren vorbehandelt, das es erlaubt, auch vergütete Flaschen mit UV-

Farben zu bedrucken, ohne diese danach einbrennen zu müssen, um eine ausreichende Haftung zu gewährleisten«, erläutert Jörg Unger, Mitarbeiter im Studiengang Verpackungstechnik, der die Studierenden mit Professor Dr. Eckard Conze betreute. Anschließend wurden die Flaschen auf einer Siebdruckmaschine für Körperdruck zweifarbig mittels optischer Passierung dekoriert. Im Weingut Ziegler-Ullrich in Mai-kammer, das den Wein zur Verfügung stellte, wurden rund 800 Flaschen befüllt, die die Großhandlung Wittmer, Kirrweiler, den Studierenden für das Projekt überließ. Die verpackte Weinflasche soll zu besonderen Anlässen verschenkt werden. Sie unterstreiche neben verpackungs- und drucktechnischen Kenntnissen auch die Internationalität des Studiengangs, findet Projektleiter Conze.

Für die Studierenden war die Zusammenarbeit mit einem Partner aus einem anderen Land jeweils sehr spannend. »Wir haben nicht nur Fachliches dazu gelernt. Auch unsere Sprachkenntnisse waren gefordert«, bilanzierten sie. Künftig wolle man solche Projekte wiederholen, bekräftigten die Betreuer an den Hochschulen in Gent und Stuttgart.

Kontakt: [conze@hdm-stuttgart.de](mailto:conze@hdm-stuttgart.de),  
[unger@hdm-stuttgart.de](mailto:unger@hdm-stuttgart.de)

## Na logo – ein Gestaltungswettbewerb

**ELKE HÖLLWARTH,**  
Mediapublishing und  
Verlagswirtschaft

Na logo – das dachten sich anfangs wohl die wenigsten der Teilnehmer der Veranstaltung Buch- und Zeitschriftentypographie, als ihnen die anstehende Semesteraufgabe vorgestellt wurde. Sie bestand in der Überarbeitung des Corporate Designs der Firma GC Graphic Consult aus München, eine der führenden Unternehmensberatungen für mittelständische Betriebe der grafischen Industrie. Die Vorlesung ist Bestandteil des 4. Semesters im Studiengang Mediapublishing und Verlagswirtschaft an der Hochschule der Medien und findet unter der Leitung von Professor Hans-Heinrich Ruta statt.

Im Briefing der Geschäftsleitung von Graphic Consult wurden die Anforderungen der Firma definiert. Es galt, neben der Neugestaltung des Firmenlogos, die komplette Geschäftsausstattung und eine Imagebroschüre zu entwerfen. Des Weiteren gehörten zu der Aufgabe der Entwurf einer Website, die Erstellung von Präsentationsvorlagen sowie von Vorlagen für die Textverarbeitung. Besonderer Wert wurde auch auf die

technische Umsetzbarkeit der Entwürfe gelegt: belichtungsreife Druckvorlagen waren zu erstellen. Drei Monate Zeit hatten die sechs Gruppen mit je zwei bis vier Studierenden, um ihre Kreativität und ihr technisches Know-how zum Einsatz zu bringen. Die drei besten Entwürfe sollten mit einem Preisgeld honoriert werden.

### Modern, elegant und seriös

Ein modernes und dennoch elegantes und seriöses Erscheinungsbild – das war es, was Graphic Consult auch visuell präsentieren wollte. Bisher war Corporate Design ein Thema, mit dem sich die wenigsten der teilnehmenden Studierenden schon in dieser Ausführlichkeit beschäftigt hatten. Die inhaltlichen Aufgaben der Firma mussten bei der Gestaltung ebenso beachtet werden wie ihre Kundenstruktur und deren Anforderungen. Schriftauswahl, Logo, Formatwahl und Verarbeitungstechnik für eine Broschüre und die

Geschäftsausstattung sollten untereinander harmonisieren und zur Firmenphilosophie passen.

Den ersten Platz erzielte der Entwurf der Studentinnen Elke Höllwarth, Krisztina Kovacs, Stefanie Roth und Helen Rudolph. Das Logo, das die Gruppe entwickelt hatte, besteht aus einer Wort- und Bildmarke mit dem Zusatz der Firmierung. In der Bildmarke findet eine Transformation von Rasterpunkten, stellvertretend für die Druckindustrie, zu Pixeln, stellvertretend für die neuen Medien, statt. Diese Transformation symbolisiert die allumfassende Kompetenz der Unternehmensberatung. Das gesamte Konzept ist darauf ausgerichtet, das Wesentliche zum Ausdruck zu bringen, ohne abzulenken und doch durch visuelle Präsenz zu überzeugen.

Platz 1



Der zweite Platz ging an den Entwurf von Yvonne Baer, Michaela Pancochar und Birthe Tschorn. Dieser überzeugte vor allem durch eine ansprechend gestaltete Imagebroschüre und eine ideenreiche Website.

Den dritten Platz belegten Rita Herfurth, Kirsten Weber und Katja Wieland. Sie hatten in ihrem geradlinig durchstrukturierten Entwurf besonderen Wert auf den Wiedererkennungswert der Firma gelegt und das Logo leicht modifiziert.

Eine interessante und umfangreiche Aufgabe galt es zu erfüllen. Eine Einladung an alle Mitwirkenden zur Präsentation des umgesetzten Corporate Designs nach München wurde bereits von Graphic Consult-Geschäftsführer Peter Jeschke ausgesprochen. Wir sind gespannt und kommen – na logo!

Kontakt: ruta@hdm-stuttgart.de

## PERSONALIA

Thomas Benner war seit dem 12. Dezember 1994 in der Hochschulverwaltung tätig, zuletzt als Leiter des Studienbüros der HdM. Er wechselte zum 16. Juni 2002 zur Stadt Stuttgart.



Dr. Gunter Maier, Professor im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement, ging zum 1. September 2002 in den Ruhestand. Maier lehrte seit dem 1. August 1980 an der Hochschule.



Peter Marquardt war von 1993 bis 2001 Verwaltungsdirektor der früheren Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI). Danach wurde er stellvertretender Verwaltungsdirektor der HdM. Seit 1. Juni 2002 ist er Verwaltungsleiter der MFG Medien- und Filmgesellschaft Stuttgart.



Dr. Dr. Karlheinz Müller, seit dem 1. September 1992 Professor im Studiengang Verpackungstechnik, ging zum 31. August 2002 in den Ruhestand.

## PERSONALIA

Professor Eduard Schönstedt ging zum 1. Mai 2002 in den Ruhestand. Er lehrte seit dem 1. März 1979 im Studiengang Mediapublishing und Verlagswirtschaft.



Brigitte Speckbrock, seit 1. Juli 1999 Rektoratssekretärin der HdM, ging zum 1. Juli 2002 in Rente.



## Tage im Zeichen der Workflows

**MARKUS MEIDER,**  
Druck- und  
Medientechnologie

Das Unternehmen Esko-Graphics (Gent, Belgien) führte vom 16. bis zum 18. Juli 2002 an der HdM in Stuttgart eine Veranstaltung mit dem Titel »Workflowtage« durch. Daran beteiligte sich auch die Best GmbH (Krefeld). In diesem Rahmen stellten beide Firmen ihre Produkte vor und hatten hochkarätige Experten und Anwender aus der Technik zur Veranstaltung eingeladen.

Tag eins der Veranstaltung stand ganz im Zeichen der Workflows für kleine und mittelständische Unternehmen. Esko-Graphics, entstanden aus den Firmen Purup-Eskofot und Barco Graphics, machte als Initiator der Veranstaltung den Anfang mit dem Workflow-System FlowDrive. Dahinter verbirgt sich eine Ausschieß- und Workflowsoftware auf der Basis eines Harlequin-RIPs. Das System ist Client-Server-basierend, das heißt, alle Prozessbearbeitungs- und -kontrollschritte können von jedem beliebigen Arbeitsplatz, sofern die nötige Software installiert ist, eingesehen oder ausgeführt werden. Marc Salewski, Projektmanager Akzidenz CTP-/Workflow-Solutions, präsentierte das System zu Beginn der Veranstaltung und ging auf seine Verwendungsmöglichkeiten ein.

Anschließend folgte eine ausführliche Produktdemonstration, bei der sich eine interessante Diskussion zwischen Anwendern und Technikern entwickelte. Durch die Verwendung eines »digitalen Leuchttischs« wird die Arbeit mit diesem System sehr erleichtert. Die Darstellung von Thumbnails würde die Arbeit während des Ausschießens allerdings erleichtern. Alles in allem eine Software, die ein durchgängiges Arbeiten und eine einfache Handhabung erlaubt. Diesen Eindruck bestätigte Ralf Hertweg (Oha Druck) in

einem Anwenderbericht. Oha Druck arbeitet mit dem FlowDrive-Workflow und hat damit bisher gute Erfahrungen gesammelt.

Nach diesen Ausführungen stellte die Firma Best, einer der Pioniere beim farbverbindlichen Rasterproof, ihre Software vor. Die Möglichkeiten des Remoteproofs, die Einbindung in den bestehenden Esko-Graphics-Workflow und die allgemeinen Bestandteile des Rasterproofs waren Thema des Vortrags. Referent Frank Hueske stand dem interessierten Publikum anschließend als Diskussionspartner zur Verfügung. In weiteren Demonstrationen konnten die Gäste die Systeme beider Unternehmen genauer kennen lernen.

Am zweiten Workflow-Tag wurden die Druckhäuser mit großem Datendurchsatz bedient: der Workflow FastLane Next Generation wurde vorgestellt. Dieses System zielt vor allem auf die Produktion von Büchern, Katalogen und Zeitschriften ab, also auf Produkte mit großem Umfang, deren Produktion einen entsprechenden Automatisierungsgrad notwendig macht. In die Software integriert sind Bestandteile zur Steuerung und Kontrolle der ablaufenden Prozesse. Dabei wird ebenfalls ein Client-Server-basierendes System wie beim FlowDrive-Workflow verwendet, das es erlaubt, den Arbeitsablauf von beliebig vielen Clients aus einzusehen. Besonders hervorzuheben an diesem System ist die Möglichkeit des sogenannten »Deep Zooms«, das Vergrößern der Daten bis in die feinsten Druckelemente. Dies stellt eine sehr gute Kontrollmöglichkeit dar. Zudem sind vielfältige Tools zum Trappen, Messen und Konvertieren in die Software implementiert. Ausgeschlossen wird mit der integrierten Applikation FastImpose, eine Eigenentwicklung von Esko-Graphics. Freddy Pieters stellte anschließend den FastLane-Workflow vor. Jochen Christiaens rundete die Ausführungen mit einer praktischen Demonstration ab. Im weiteren Verlauf der Veranstaltung standen der Erfahrungsaustausch mit den Experten vor Ort sowie weitere Vorführungen im Vordergrund.

Thema des letzten Tags war die Zeitungsproduktion. Der Workflow EskoNet, ein Steuerungs- und Produktionstool, machte den Anfang. Jörg Sauer, Project Manager Newspapers bei Esko-Graphics, stellte die Automatismen zur Produktion

Blick durch den Fadenzähler



von Zeitungen und die Anbindung an die redaktionellen Systeme der Verlage vor. Ein großer Vorteil der Applikation ist neben der einfachen Ausschieß- und Produktionssteuerung die Möglichkeit des Softproofs am Bildschirm. Dabei ist es möglich, die Tonwertzunahme der Druckmaschine zu hinterlegen und die eventuelle Farbigkeit des Bedruckstoffs zu simulieren, was den Soft-proof dem späteren Druckergebnis sehr nahe bringt.

Aufgrund der besonderen Bedingungen dieser Branche oder der unterschiedlichen Anforderungen der einzelnen Häuser ist dieser Workflow häufig ein Bestandteil bereits bestehender Management-Informationen-Systeme oder wird in redaktionelle Komponenten eingebunden. Esko-Graphics legt Wert auf die leichte Anbindung dieser Software in Form von Programmanpassungen, was die Integration erheblich erleichtert. Dieser Umstand wurde auch in den Anwenderberichten von zwei Zeitungsverlagen deutlich, die beide die Software von Esko-Graphics verwenden, diese aber völlig unterschiedlich an die Bedingungen des Hauses angepasst haben. Der erste Anwenderbericht wurde von Jörg E. Neuser

vom Darmstädter Echo, einer mittelständigen Lokalzeitung, präsentiert; der zweite Praxisbericht kam von Hans Jürgen Zamzow, der die Software beim Berliner Verlag, einer hundertprozentigen Tochter der Gruner & Jahr AG & Co., Hamburg, eingeführt hat. Dabei spielte für die Investitionsentscheidung eine große Rolle, dass Individualanpassungen der Software an einen bestimmten Kunden von Esko-Graphics bereitwillig unterstützt werden und sich der Kunde somit optimal mit diesem System ausrüsten kann.

Anschließend ging die Firma Best nochmals auf das Thema Rasterproof ein, diesmal mit besonderem Augenmerk auf die Zeitungsbranche. Die Software ermöglicht unter anderem, direkt auf Zeitungspapier zu proofen und somit das spätere Druckergebnis praktisch optimal zu simulieren. Auch hier gab es nach den Vorführungen wieder die Möglichkeit, mit den Experten zu sprechen. Dass die Gäste davon regen Gebrauch machten, wird am ehesten daran deutlich, dass noch lange nach Veranstaltungsschluss rege Diskussionen geführt wurden.

Insgesamt sind die Workflowtage an der Hochschule der Medien als Erfolg zu werten. Die Beiträge waren interessant und die Experten beantworteten alle Fragen. Schade war, dass weniger Gäste als ursprünglich erwartet an der Veranstaltung teilgenommen hatten. Doch der Anfang ist gemacht und es bleibt zu hoffen, dass bald eine Neuauflage mit weiteren Themen aus dem Bereich Workflow und Workflow-Management folgt.

Kontakt: meider@hdm-stuttgart.de

Austauschmöglichkeiten  
wurden rege genutzt



## bvdm und HdM gründen Arbeitskreis Computer-to-Plate (CtP)

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und die HdM haben einen gemeinsamen Arbeitskreis ins Leben gerufen, der sich mit Fragen rund um Computer-to-Plate-Systeme und Systemkomponenten beschäftigt.

Durch Erfahrungsaustausch, Gespräche mit Herstellern und Initiierung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten sollen Lösungen erarbeitet und publiziert werden, um den Betrieben der Druck- und Medienindustrie Hilfen für Investition und Einsatz von CtP-Anlagen anbieten zu können. Dem Arbeitskreis gehören Experten aus Akzidenz-Bogen- und Rollenoffsetdruckereien sowie aus Endlos- und Zeitungsbetrieben an. Bei Bedarf soll er um Vertreter der Systemhersteller oder weitere Spezialisten aus Hochschulen und Forschungsinstituten erweitert werden. Die Sit-

zungen werden von Professor Dr. Thomas Hoffmann-Walbeck und Markus Meider, beide Studiengang Druck- und Medientechnologie der HdM, geleitet.

Der Arbeitskreis plant unter anderem eine Studie herauszugeben, in der untersucht wird, ob die am Markt üblichen digitalen Kontrollelemente für alle Plattentechnologien sinnvoll anwendbar sind oder ob typenspezifische Modifikationen zweckmäßig wären. Zudem soll eine Checkliste beziehungsweise Datenbank erarbeitet werden, die bei der Neuanschaffung von CtP-Technologie als Orientierungshilfe zur Auswahl eines geeigneten Systems dient.

Kontakt: hoffmann@hdm-stuttgart.de,  
meider@hdm-stuttgart.de



## Wege aus dem Informationsdschungel: Erstes Symposium für Informationsdesign

PROFESSORIN  
DR. WIBKE WEBER,  
Informationsdesign

Was haben E-Learning, Game-Engines, Unternehmenskommunikation und Video-Schnittsysteme gemeinsam? Es sind Arbeitsfelder für Informationsdesigner. Informationsdesigner schaffen eine komfortablere Welt: mediengerecht, zielgruppenorientiert und praxisnah. Wie vielfältig sich ihre Aufgaben gestalten, machte das erste Symposium für Informationsdesign im Juli 2002 deutlich. Sieben Vorträge gaben Einblick in sieben mögliche Berufsfelder des Informationsdesigns. Tagungsort war das Haus der Wirtschaft in Stuttgart. Veranstaltet wurde das Symposium von der Stuttgarter Hochschule der Medien (HdM) und der Fachhochschule Joanneum, Graz, in Zusammenarbeit mit der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg. Sowohl die HdM in Stuttgart wie auch die FH Joanneum in Graz bieten den Studiengang Informationsdesign an.

Was ist Informationsdesign? Diese Frage stand am Anfang des Symposiums. Professor Dr. Frank Thissen (HdM) näherte sich dieser neuen Disziplin auf philosophische Weise. Er führte ein Gleichnis an: das Gleichnis von den Blinden und dem Elefanten, aus den Reden des Buddha. Blinde, die einen Elefanten betastet hatten, sollten beschreiben, wem ein Elefant gleicht. Die Blinden kamen zu unterschiedlichen Ergebnissen, je nachdem, was sie gefühlt hatten. Der Blinde, der den Stoßzahn betastete, glaubte, ein Elefant gleicht einer Pflugschar. Ein anderer meinte, ein Elefant ist gleich einem Besen; denn so fühlte sich die Schwanzquaste an. Der Blinde, der das Bein ertastet hatte, verglich den Elefanten mit einem Pfosten. Genau so verhält es sich auch mit dem Informationsdesign. Es setzt sich aus verschiedenen Disziplinen und Lehrgebieten zusammen: aus Grafikdesign, Journalistik, technische Redaktion, Psychologie, angewandte Informatik, Didaktik, Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Kulturwissenschaft, Usability und Ergonomie. Wer nur einen Teil davon erfasst, wird der Definition von Informationsdesign nicht gerecht. Erst die Summe aller Teile, das Zusammenspiel und Ineinandergreifen der verschiedenen Fachrichtungen, lässt Informationsdesign zu einer neuen ganzheitlichen Disziplin werden.

### Produktionsfaktor »Information«

Vor allem eines wurde auf dem Symposium klar: »Information« ist im betrieblichen Sektor des 21. Jahrhunderts der Rohstoff mit exponentiell wachsender Bedeutung. Auf dem Weg von der Industrie-Gesellschaft zur Wissens-Gesellschaft gewinnt der Produktionsfaktor »Information« zunehmend an Bedeutung. »Der Trend zur Wissensgesellschaft und zum Electronic Business bewirkt grundlegend veränderte Anforderungen an Marketing und Vertrieb, an die Unternehmenskommunikation, die Personalentwicklung und die Bildungsanbieter«, so lautet eine These von Werner Sauter von der IC eLearning AG. Er forderte in seinem Vortrag: »Wir brauchen Informationsdesigner, die diesen Produktionsfaktor »Information« bedarfsgerecht bearbeiten, veredeln und gestalten können.« Sauter prognostizierte den Studierenden dieses Fachs gute Berufsperspektiven.

Auch Professor Dr. Roland Mangold (HdM) richtete den Blick auf die Unternehmen, fokussierte dabei aber die Aus- und Weiterbildung durch E-Learning: Ist E-Learning geeigneter als der »herkömmliche« Unterricht im Seminarraum? Welche Vorteile bietet E-Learning vor allem kleinen und mittleren Unternehmen? Und welche Qualifikationen braucht der E-Trainer? Informationsdesigner sind in der Lage, multimediale E-Learning-Angebote zu konzipieren, abgestimmt auf die individuellen Bedürfnisse der Lernenden. Daher folgerte Mangold: »Informationsdesign ist E-Learning-Design.«

### Informationsdesign in der Unternehmenskommunikation

Mitarbeiter-Zeitschrift, Intranet, Business-TV und Firmenradio sind Instrumente interner Informationsprozesse. Informationsdesigner übernehmen hier Schnittstellenfunktion: Sie müssen Kenntnisse haben über interne und externe Kommunikationsprozesse, über Unternehmensstrukturen und betriebliche Abläufe; und sie müssen über journalistische Kompetenzen verfügen. Informationsdesigner, so Professorin Dr. Wibke

Weber (HdM), arbeiten hier als Informationsmanager. Sie kennen die Gesetze der Medien und wissen deshalb, welches Medium die Information auf möglichst effiziente Weise transportiert.

Hinter dem Zauberwort »VIZARD« verbirgt sich eine neue Generation von Video-Schnittsystemen. Warum sollte das Bearbeiten von Videos nicht so einfach sein wie das Schreiben eines Textes mit einem Textverarbeitungsprogramm? Heimo Müller (FH Joanneum) erklärte, wie aus einer komplizierten Schnittoberfläche ein einfaches Video-Book wird. Die Idee, die dahinter steckt: »Break the timeline«, nachzulesen unter [www.video-wizard.com](http://www.video-wizard.com). Acht europäische Partner arbeiten gemeinsam an dem VIZARD-Projekt. Die Hobby-Filmer wird es freuen, wenn das Produkt auf den Markt kommt. Das perfekt geschnittene Urlaubsvideo ist dann kein Albtraum mehr.

Ein weiteres Arbeitsgebiet von Informationsdesignern ist das Interface Design. Darum und um Usability ging es im Vortrag von Konrad Baumann (FH Joanneum). Ausgangspunkt seiner Ausführungen war der Kostenfaktor Callcenter. Jeder zweite, der in einem Callcenter anruft, hat Probleme mit der Usability eines Produktes. Am Beispiel eines Fax-Geräts der Marke Philips zeigte Baumann, was sich verbessern lässt, um das Fax-Gerät benutzerfreundlich zu gestalten: anfangen von der Tastatur und dem Display über Klingeltöne bis hin zur Gebrauchsanleitung. Positiver Effekt: Die Anfragen im Philips-Callcenter konnten deutlich reduziert werden. Informationsdesigner begreifen sich auch als Usability Engineers. »Von seriös bis diskriminierend«, so charakterisierte Orhan

Kipcak (FH Joanneum) die Anwendungsgebiete von Informationsdesign in Kunst und Kultur. Auftraggeber sind hier Museen, Kunstvereine, Festivals, Medienzentren. Kipcak stellte verschiedene Kunst-Projekte vor, die von Studierenden des Studiengangs Informationsdesign (FH Joanneum) durchgeführt wurden. So entwickelten die Studenten ein Computerspiel für die Ars Electronica, in dem Künstler als Monster agierten. Für das Avantgarde-Festival Steirischer Herbst wurde ein Informationssystem zu Luigi

Nono realisiert. Die Freiheit von Kunst und Kultur eröffnet dem Informationsdesign die Möglichkeit, sehr spielerisch mit Content umzugehen. Nachteile sind unter anderem kleine Budgets und ein ungeklärter Workflow.

### Information design is essential

»Information design is the newest of the design disciplines. As a sign of our times, when the crafting of messages and meaning is so central to our lives, information design is not only important – it is essential.« Diese treffende Aussage des amerikanischen Informationsdesigners Robert Jacobson begleitete als Motto das Symposium. Nicht nur die Fachvorträge mit anschließender Diskussion unterstrichen die Worte Jacobsons, sondern auch das große Interesse der Teilnehmer an dieser Tagung. Im kommenden Jahr wird es wieder ein Symposium für Informationsdesign geben. Das hat der Rektor der HdM, Professor Dr. Uwe Schlegel, bereits zugesagt. Dann wird die HdM ihre Pforten öffnen und alle Interessierten an die Hochschule einladen: zum Dialog über die neue Disziplin Informationsdesign.

Kontakt: [weberw@hdm-stuttgart.de](mailto:weberw@hdm-stuttgart.de),  
[mangold@hdm-stuttgart.de](mailto:mangold@hdm-stuttgart.de),  
[thissen@hdm-stuttgart.de](mailto:thissen@hdm-stuttgart.de)

Orhan Kipcak (FH Joanneum, Graz) zum Thema »Informationsdesign in Kunst und Kultur«



Dr. Heimo Müller (FH Joanneum, Graz) stellt das Video-Book vor.



Professor Dr. Roland Mangold referierte über »Das virtuelle lernende Unternehmen«



## www.multikids.de: kindgerechter Einstieg ins World Wide Web

**FLORIAN FAHRBACH,**  
Content-Management

Kinder wollen alle Medien nutzen – die alten ebenso wie die allerneuesten. Doch sinnvoller Mediengebrauch setzt Kompetenzen voraus. Diese stellen sich nicht von selbst ein. Vielmehr ist Unterstützung beim Umgang mit den Medien erforderlich. Hilfestellung beim Surfen in digitalen Netzen bietet der Web-Guide »Multikids«, den das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der HdM im Rahmen studentischer Projektarbeiten bereits 1997 konzipiert hat. In einer Diplomarbeit wurde das Angebot im Jahr 2000 weiter ausgebaut und gewann den »Kidsaward 2001«, eine von der Volkswagen AG und dem Deutschen Kinderhilfswerk verliehene Auszeichnung für kindgerechte Internetseiten.

Eine Seminargruppe aus Studierenden der Studiengänge Bibliotheks- und Medienmanage-

ment der HdM hat das Multikids-Angebot im Sommersemester 2002 überarbeitet und weiterentwickelt. Der Web-Guide des IfaK bietet inzwischen etwa 500 geprüfte Links und steht unter [www.multikids.de](http://www.multikids.de) bereit.

Die Studierenden haben nach Internetseiten recherchiert, die Kindern nützliche und verständlich aufbereitete Informationen geben, keine gewaltverherrlichenden oder sexistischen Inhalte bieten, nicht vorrangig zum Konsum oder Kauf von Produkten anhalten, zur Interaktion und zum Mitmachen animieren und sich im Design sowie in der Benutzerführung an den Bedürfnissen von Kindern orientieren. Über 200 neue Internetseiten haben die Studierenden ausgewählt. Die Kurzbesprechungen sind für Kinder im Grundschulalter verständlich. Die Linklisten wurden in Themenbereiche wie Film und Fernsehen, Computer und Internet, Spiel und Spaß, Bücher und Bibliotheken, Lernen und Schule, Natur und Tiere oder Von Kids für Kids untergliedert. Multikids ist für Kinder ab etwa fünf Jahren sowie für Eltern, Pädagogen, Bibliothekare und Vermittler gedacht.

Das Projekt wurde von dem Medienwissenschaftler Professor Dr. Horst Heidtmann, Geschäftsführer des IfaK, und Florian Fahrbach, Content-Manager der HdM, geleitet.

Kontakt: [fahrbach@hdm-stuttgart.de](mailto:fahrbach@hdm-stuttgart.de)  
Link: <http://www.ifak-kindermedien.de>

Die multikids-Seite im Netz



## Das HdM-Intranet – ein neues Medium an der Hochschule der Medien

**FLORIAN FAHRBACH,**  
Content-Management

Im Wintersemester 2002/2003 geht an der Hochschule der Medien ein neues Medium an den Start: das HdM-Intranet. Konzipiert als einfach und schnell zu benutzendes Arbeitswerkzeug und Nachschlagewerk ergänzt es einerseits den offiziellen Internetauftritt der HdM und bietet andererseits eine zentrale Plattform für die inter-

ne Kommunikation zwischen Dozenten, Mitarbeitern und Studierenden der Hochschule. Wie die Webseite wurde auch das Intranet auf der Basis des Content-Management-Systems ZOPE entwickelt. Da aber an das Intranet sowohl was die Bearbeitung als auch was den Zugriff angeht, andere Ansprüche gestellt werden, wurde die

Die Startseite  
des HdM-Intranets



Homepages im Intranet  
können über Webformulare  
betreut werden



Funktionalität des bisherigen Systems stark  
erweitert.

Der innerhalb des Internetauftritts bereits bewährte umfangreiche Newsbereich wurde für das Intranet leicht modifiziert übernommen. Was diesen Bereich von der Internet-Site grundsätzlich unterscheidet, ist die Zielgruppe und somit der Inhalt der veröffentlichten News. Steht innerhalb des Webauftritts die Präsentation der Hochschule nach außen im Vordergrund, so bietet der Newsbereich im Intranet viele Informationen, die speziell für Mitarbeiter und Studierende von Belang sind. Die Begrüßung neuer Mitarbeiter gehört ebenso zu diesem Komplex wie wichtige Hochschultermine, Informationen der einzelnen Abteilungen der HdM sowie News zum Intranet selbst.

Ein weiterer wichtiger Nutzen des Intranets ist die Bereitstellung von Designrichtlinien. Unter dem Punkt »Corporate Design« stehen der aktuelle Styleguide, Logos, Bilder, Vorlagen zur Dokumentenerstellung und die offizielle Powerpoint-Präsentation der Hochschule, die beispielsweise auf Messen verwendet werden kann.

### Homepages für Abteilungen, Dozenten und Mitarbeiter

Innerhalb des Intranets können auch einzelne Abteilungen auf eigenen Homepages Informatio-

nen bereitstellen. Durch die Verwendung von ZOPE kann die Betreuung auf Wunsch von den Abteilungen selbst geleistet werden. Zu den Abteilungen mit einer eigenen Intranet-Homepage gehören unter anderem die Personal- und die Haushaltsabteilung, die Verwaltungs-EDV, die Bibliothek und das Studienbüro.

Neben den Abteilungshomepages besteht auch für Dozenten und Mitarbeiter die Möglichkeit, innerhalb des Intranets eine eigene Seite bereitzustellen. Ein Dozent kann beispielsweise auf seiner »Intranet-Homepage« auf einfache Weise den eigenen Lebenslauf, eine Linksammlung, Diplomarbeitvorschläge oder ein Publikationsverzeichnis erstellen. Auch die Einrichtung eines eigenen Download-Bereichs für Vorlesungsmaterial ist problemlos möglich. Die Betreuung einer solchen Seite kann ohne HTML-Kenntnisse über die Eingabe in einfache Webformulare erfolgen. Es ist lediglich ein Account auf ZOPE nötig, den Dozenten und Mitarbeiter beim Content-Manager der Hochschule erhalten.

### Weitere Features des HdM-Intranets

Das HdM-Intranet bietet noch etliche weitere Features. Einige seien hier kurz erwähnt:

- Das Skript-Archiv ermöglicht Dozenten, zentral Skripte zum Download für Studierende – nach Studiengängen abrufbar – bereitzustellen.
- Das Abwesenheits-Board informiert über Personal, das im Moment nicht an der Hochschule erreichbar ist. Über ein Webformular können neue Einträge abgespeichert werden. Auch die Angabe eines Vertreters ist möglich.
- Telefonlisten ermöglichen nicht nur die Suche nach bestimmten Ansprechpartnern, sondern auch die Generierung studiengangsspezifischer Listen.
- Ein zentraler Bereich für Formulare und Informationsmaterial ist ebenso vorhanden wie FAQs (häufig gestellte Fragen) für Dozenten, Studierende und Mitarbeiter, die dezentral von verschiedenen Abteilungen (Personalabteilung, Studienbüro) betreut werden.

Das HdM-Intranet bietet noch vieles mehr. Es soll für Mitarbeiter und Studierende der Hochschule der Medien ein aktuelles und verlässliches Informations- und Arbeitswerkzeug sein. Damit dies gelingt, sind alle HdM-Angehörigen aufgerufen, durch Anregungen, Kritik und eigene Beiträge am weiteren Ausbau des neuen Intranets der HdM mitzuwirken.

Kontakt: fahrbach@hdm-stuttgart.de



## Quarks & Co: von elementaren Teilchen und speziellen Bibliotheken

JENS M. LILL,  
Wissenschaftliche  
Bibliotheken

Im Rahmen des Seminars »Spezialbibliotheken« im Wahlpflichtfach »Informationsvermittlung in wissenschaftlichen Bibliotheken« besuchte eine kleine Gruppe unter der Leitung von Professor Bernward Hoffmann interessante Institutionen in Hannover, Hamburg und Kiel.

### Vorbereitungen

In der traditionellen Exkursionswoche vor Pfingsten (13.05.-18.05.2002) wartete ein exklusives Programm auf uns: mit der Universitätsbibliothek und Technische Informationsbibliothek Hannover beziehungsweise der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften Kiel gleich zwei der drei Zentralen Fachbibliotheken in Deutschland, die Ärztliche Zentralbibliothek des Universitätsklinikums Eppendorf, der Neubau der Universitätsbibliothek Kiel, eine Forschungsbibliothek (DESY) sowie Einblicke in die Mediendokumentation von Gruner & Jahr.

Im Vorfeld der Exkursion wurden im Rahmen des Seminars in Arbeitsgruppen die typologischen Merkmale sowie die Grunddaten (Entwicklung, Organisation, Aufgaben, Bestände, Besonderheiten, etc.) der jeweiligen Einrichtung erarbeitet und Themenschwerpunkte für den Informationsbesuch in Form eines Fragenkataloges festgelegt, die an die jeweilige Institution übermittelt wurden.

### Universitätsbibliothek und Technische Informationsbibliothek Hannover

Dementsprechend gut vorbereitet ging es am 13.05.2002 los. Die Anreise nach Hamburg erfolgte über die Universitätsbibliothek und Technische Informationsbibliothek<sup>1</sup> Hannover, der Zentralen Fachbibliothek für Technik und deren Grundlagenwissenschaften (vor allem Chemie, Informatik, Mathematik und Physik) in Deutschland.

Nach einer kleinen Stärkung zur Mittagszeit und einer kurzen Einführung, erfuhren wir von Frau Dr. Sens, der stellvertretenden Leiterin der Universitätsbibliothek und Technische Informa-

tionsbibliothek, inwieweit sich die Neukonzeption der bibliothekarischen Landschaft in Hannover auf die Universitätsbibliothek und Technische Informationsbibliothek auswirkt. Mit Beginn des Jahres 2003 werden nämlich die bisher von der Niedersächsischen Landesbibliothek verwalteten, fünf geisteswissenschaftlichen Fachbereichsbibliotheken an die Universitätsbibliothek Hannover angegliedert.

Des weiteren erhielten wir exklusive Informationen hinsichtlich des Projekts GetInfo<sup>2</sup>, das just an unserem Besuchstag online ging. GetInfo ist ein gemeinsames Unternehmen der Technischen Informationsbibliothek und dem Fachinformationszentrum Karlsruhe zur Volltextversorgung in Wissenschaft und Technik. Das Besondere an dem neuen Service ist die Kombination aller Veröffentlichungsformen, Lieferarten und Angebotsmodelle für wissenschaftliche und technische Fachliteratur verschiedenster Verlage und Autoren unter einem einzigen Internetzugang<sup>3</sup>. Kernstück von GetInfo ist ein Volltextserver mit elektronischen Dokumenten und Metadaten, sodass eine komfortable Suche gewährleistet ist. Autoren wird zudem die Möglichkeit gegeben, ihre wissenschaftlichen Arbeiten über GetInfo zu publizieren.

Ein weiteres Projekt, das an der Technischen Informationsbibliothek angesiedelt ist, ist die zentrale Koordinierungsstelle der Virtuellen Fachbibliotheken<sup>4</sup>. Unter einer Virtuellen Fachbibliothek wird in diesem Zusammenhang mehr verstanden als nur ein zentraler Zugang zu elektronisch vorliegenden Dokumenten eines Fachs<sup>5</sup>. Eine Virtuelle Fachbibliothek soll ein Einstiegsportal zu grundsätzlich allen relevanten Informationen und Dokumenten eines Fachgebiets sein, unabhängig von Publikations- und Medienformen. Aus diesem Grund sind an die Virtuellen Fachbibliotheken auch spezielle Suchmaschinen für den jeweiligen Bereich angegliedert, die nur fachlich relevante Seiten durchsuchen. Die Technische Informationsbibliothek betreut selbst zwei Virtuelle Fachbibliotheken (Technik und Physik), wobei Letztere sich noch im Aufbau befindet.

Bei der anschließenden Führung durch die Bibliothek wurde auch die technische Bewältigung der Dokumentlieferung angesprochen. Pro

<sup>1</sup> Die Bibliothek besteht aus zwei Einheiten (getrennter Etat), die zwar einen engen räumlichen und organisatorischen Verbund bilden, aber funktionale Unterschiede aufweisen.

<sup>2</sup> <http://www.getinfo-doc.de/>

<sup>3</sup> <http://www.getinfo-doc.de/news/PressReleases/> (Zugriff am 22.05.2002)

<sup>4</sup> Übersicht und allgemeine Informationen unter <http://www.virtuellefachbibliothek.de/>

<sup>5</sup> <http://www.tib.uni-hannover.de> (Zugriff am 22.05.2002)

Tag gehen bei der Technischen Informationsbibliothek etwa 1.500 bis 2.500 Bestellungen ein, die je nach Dringlichkeitsstufe innerhalb von wenigen Stunden bis hin zu drei Tagen abgearbeitet werden müssen. Dementsprechend viel Betrieb herrscht an den Scannern, die im Schichtbetrieb bedient werden. Die Lieferung der Dokumente erfolgt überwiegend per Mail im HTML- oder PDF-Format, auf Wunsch natürlich auch als Papierkopie.

Bei einem Bestand von über fünf Millionen Monographien, Mikroformen und CD-ROMs und 18.600 laufend gehaltener Zeitschriften ist die Universitätsbibliothek und Technische Informationsbibliothek mit jährlich etwa 250.000 Direktbestellungen im Dokumentlieferdienst und rund 370.000 Abgaben an den Leihverkehr einer der größten Literaturversorger in Deutschland.

Durch diese immensen Zahlen beeindruckt, erfolgte am Nachmittag die Weiterreise nach Hamburg, wo in den nächsten Tagen weitere interessante Bibliotheken auf uns warteten.

Die Exkursionsgruppe vor dem Patentinformationszentrum der Universitätsbibliothek und der Technischen Informationsbibliothek Hannover



### Gruner & Jahr

Am nächsten Tag empfing uns Günter Peters im architektonisch imposanten Verlagshaus von Gruner & Jahr (G+J) und gewährte uns Einblicke in die seiner Meinung nach »beste, aber auch teuerste Pressedokumentation in Deutschland«. G+J gehört zu 75 Prozent dem Bertelsmann-Konzern und bildet dessen (inter-) nationales Standbein im Zeitschriftenwesen. G+J nimmt somit einen bedeutenden Platz innerhalb der medialen Wertschöpfungskette (BMG, Random House, Springer Fachverlag, RTL-Group, Druckbetriebe, etc.) von Bertelsmann ein.

Als Profitabteilung muss der Etat der Pressedokumentation durch den Verkauf von Informationen selbst erwirtschaftet werden. Die Bereitstellung von Informationen erfolgt sowohl für G+J-Redaktionen als auch für externe Zeitschriften- und TV-Redaktionen sowie für Privatkunden.

Grundlage hierfür ist die bereits 1972 gegründete Pressedatenbank mit einem momentanen Bestand von sieben Millionen Artikeln (bei einem

jährlichen Zuwachs von etwa 300.000 Artikeln). Seit 1993 erfolgt die Dokumentation auf Volltextbasis mit Hilfe des selbstentwickelten Dokumentationsschemas DigDok. Seit Februar 2002 kommt außerdem ein System zur automatischen Indexierung (DocCat) zum Einsatz.

Im abschließenden Gespräch kam Günter Peters auch auf die Krise im Verlagswesen zu sprechen, die einhergeht mit der kriselnden Werbewirtschaft (die Einnahmen aus dem Anzeigenverkauf machen immerhin 50 Prozent aus). Günter Peters prophezeite uns, dass in Zukunft wohl verstärkt Abonnentennehmer mit Gutscheinen oder Give-aways umworben werden, da sich die Rentabilität von Zeitschriften anhand der Anzahl ihrer Abonnements besser kalkulieren ließe.

### DESY – Deutsches Elektronen-Synchrotron

Mit dem Besuch der DESY-Zentralbibliothek und einer anschließenden Führung durch das Forschungszentrum begaben wir uns auf Entdeckungsreise zum Ursprung der Materie.

Das Deutsche Elektronen-Synchrotron (DESY) betreibt Forschung im Bereich Struktur der Materie. Daneben gibt es kleine Arbeitsgruppen, die sich neben der biologischen und medizinischen auch der Materialforschung widmen. Hauptforschungsgebiete sind die Elementarteilchenphysik und die Festkörperphysik am Hamburger Synchrotronstrahlungs-Laboratorium (HASY-LAB)<sup>6</sup>.

Als Spezialbibliothek für Hochenergie- und Elementarteilchenphysik sammelt die Bibliothek umfassend die von den DESY-Mitarbeitern benötigte Fachliteratur (Monographien, Aufsätze, graue Literatur, hier vor allem Preprints und Forschungsberichte), insbesondere zur Teilchenphysik, Quantenfeldtheorie und Beschleunigertechnik.

Für eine effektive Forschung ist die Kenntnis des aktuellen Stands der jeweiligen Forschungseinrichtung in Universitäten und anderen Forschungsinstituten weltweit notwendig. In der Elementarteilchenphysik geschieht der schnelle und umfassende Informationsaustausch zwischen den Forschern durch die Vorabpublikation der neuesten Forschungsergebnisse in elektronischen Printarchiven (E-Preps). Nur ein kleiner Teil wird noch als gedruckter Preprint oder Forschungsbericht veröffentlicht (rund zehn Prozent). Durch Konsortialverträge der HGF-Bibliotheken<sup>7</sup> besteht zudem Zugriff auf über 1.000 elektronische Versionen von Fachzeitschriften sowie Zugang zu den Datenbanken der Fachinformationszentren Karlsruhe und Frankfurt.

Die gesamte Literatur zur Hochenergiephysik wird mittels eines selbstentwickelten Thesaurus

<sup>6</sup> ausführlichere Infos unter <http://www.desy.de>  
<sup>7</sup> DESY ist Mitglied in der Hermann von Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungsbibliotheken (HGF)

von Fachwissenschaftlern inhaltlich erschlossen und im Internet kostenlos über die Literaturdatenbank HEP (High Energy Physics) bereitgestellt.

Während der anschließenden Führung über das Forschungsgelände erhielten wir Einblicke in die atomare Dimension des Lebens. Ein ausführlicher Folienvortrag frischte zuvor unsere Wissenslücken in Atom- und Teilchenphysik auf und machte uns mit den bisher kleinsten bekannten Teilchen des Universums bekannt: den Quarks. Diese entstehen bei der hoch energetischen Kollision von Elektronen mit ihren Antiteilchen und erlauben den Forschern Rückschlüsse auf den Zustand des Universums direkt nach dem Urknall. In anderen Teilchenbeschleunigern werden Elektronen und Protonen aufeinander geschossen, was quasi ein »Super-Elektronenmikroskop« erzeugt, oder zu kleinen Paketen gebündelte Elektronen auf einer knapp 300 Meter langen Kreisbahn über eine Million Mal in nur einer Sekunde rundherumgejagt, um Synchrotronstrahlung (besonders intensive Röntgenstrahlung) zu erzeugen.

Die geballte physikalische Wissensvermittlung hinterließ in der bibliothekarischen Seelenlandschaft einiger Teilnehmer schon bald ihre Spuren, verstärkt auch durch die fehlende Mittagspause, sodass wir nach der trotz allem interessanten Führung mit vollem Kopf und leerem Magen die Werkskantine stürmten.

### Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften Kiel

Am Donnerstag stand unser Tagesausflug nach Kiel an. Nach einem kurzen Spaziergang entlang der Kieler Förde erreichten wir die Schatzkammer an der Ostsee: die Deutsche Zentralbibliothek der Wirtschaftswissenschaften. Die Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften ist die größte wirtschaftswissenschaftliche Spezialbibliothek der Welt und gleichzeitig Bibliothek des 1914 gegründeten Instituts für Weltwirtschaft. Der Bestand von über 2,6 Millionen Bänden ist auf insgesamt 47 Kilometern Regallänge untergebracht.

Die an der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften angesiedelten Projekte ähneln jenen der Technischen Informationsbibliothek. So ist seit Herbst 2001 EconDoc (Economic online Documents) – die Datenbank des Informationsverbundes für den Bereich Wirtschaftswissenschaft und Wirtschaftspraxis – über das Internet zugänglich<sup>8</sup>. Der Schwerpunkt liegt zunächst auf einem Pay-per-view Angebot von elektronischen Volltexten deutschsprachiger Wirtschaftszeitschriften, die von den Verlagen auf dem Server der Gesellschaft für betriebswirtschaftliche Infor-

mation (GBI) in München hinterlegt werden. Im Aufbau inbegriffen ist derzeit noch EconBiz, die virtuelle Fachbibliothek der Wirtschaftswissenschaften. Ziel ist der Nachweis von allen Arten weltweit vorhandener Fachinformationen und der direkte Zugang zu Volltexten. Eine besondere Stellung nimmt dabei der EconBiz Guide ein: ein Fachinformationsführer für Internetquellen, die nach bestimmten Qualitätskriterien ausgewählt werden.

Nach dem Vorbild des amerikanischen Anbieters JSTOR<sup>9</sup> sollen im Rahmen des Projekts DigiZeitschriften alle Ausgaben einschlägiger Fachzeitschriften aus 14 Sondersammelgebieten digitalisiert und anschließend über Abonnements im Internet angeboten werden.

Ein weiteres Projekt zielt auf die Konkordanz zwischen dem Standard Thesaurus Wirtschaft (STW) und des Bereichs Wirtschaft der Schlagwortnormdatei (SWD) ab, um mehr Effektivität beim Retrieval in den Wirtschaftswissenschaften zu ermöglichen. Dazu wird ein Programm entwickelt, das das spezielle wirtschaftswissenschaftliche Vokabular des STW in die allgemeinen Schlagworte der SWD überträgt – ähnlich dem Schema von MACS (Multilingual Access to Subjects)<sup>10</sup>.

### Universitätsbibliothek Kiel

Was hat eine Universitätsbibliothek im Exkursionsprogramm zu Spezialbibliotheken zu suchen? Nun, das Spezielle der Universitätsbibliothek Kiel ist ihr Neubau – und das gleich in mehrfacher Hinsicht: Erstmals in Deutschland wurde die Finanzierung eines Bibliotheksneubaus durch ein Miet-Kauf-Verfahren gesichert. Für die Dauer von 22,5 Jahren wurde das Gebäude zum 1. Dezember 2000 an das Land Schleswig-Holstein zur Miete übergeben. Nach Auslaufen des Mietvertrages wird das Land dann das Gebäude zum symbolischen Preis von einer Mark erwerben<sup>11</sup>.

In einem sehr ausführlichen Rundgang durch das Bibliotheksgebäude, erläuterte uns Dr. Günter Wiegand, der langjährige Direktor der Universitätsbibliothek Kiel, Architektur, Ideologie und Besonderheiten des Neubaus.

Der Grundriss erinnert an die Form eines Fächers oder auch an mehrere zusammenhängende Dreiecke. Alle wichtigen Benutzungsbereiche (Ausleihstelle, Arbeitsplätze, etc.) sind von der Eingangshalle aus zu erkennen, um dem Benutzer Orientierung zu geben. Integrierte Lichthöfe sorgen einerseits für großzügige Beleuchtung, andererseits verstärken sie den optischen Effekt der Transparenz und transportieren somit bestens die Ideologie der von Wie-

<sup>8</sup> <http://www.econdoc.de/>

<sup>9</sup> Journal Storage;  
<http://www.jstor.org/>

<sup>10</sup> <http://infolab.kub.nl/prj/mac/>

<sup>11</sup> Else Maria Wischermann: Licht, Großzügigkeit, Transparenz. Die neue Universitätsbibliothek Kiel: Benutzerservice für das 21. Jahrhundert. In: Buch und Bibliothek 53 (2001), Nr. 9, S. 572-577

gand angestrebten Offenen Bibliothek: keine trennenden Mauern, vielmehr ein offenes Nebeneinander durch Segmentierung.

Die einzigartige Architektur, die von der Philosophie her an Jeremy Bentham's<sup>12</sup> panoptisches Gefängnis konstruiert erinnert, gewährleistet durch die Einsicht aller wichtigen Benutzungsbereiche von einer zentralen Stelle aus deren »Überwachung« durch nur eine Person während des Abenddienstes.

Mit der Verwirklichung des Neubaus hat sich Wiegand fast schon selbst ein Denkmal gesetzt, gehen doch die grundlegenden Gedanken zum bibliothekarischen Konzept auf ihn zurück. Dass sich seine Hartnäckigkeit (die ihm nach eigenen Worten »den Ruf eines Terriers einbrachte«) gelohnt hat, konnten wir auf eindrucksvolle Weise erfahren.

### Ärztliche Zentralbibliothek Hamburg-Eppendorf

Zum Abschluss unserer Exkursion stand die Ärztliche Zentralbibliothek des Universitätsklinikums Hamburg-Eppendorf (UKE) auf dem Programm.

Mit dem Bezug eines ehemaligen Industriegebäudes im April 2000 ist die räumliche Zentralisierung der damaligen Ärztlichen Zentralbibliothek und der Medizinischen Abteilung der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg sowie der 42 Handbibliotheken der Institute und Kliniken des UKE verbunden. Da die Zusammenführung der Handbibliotheken bei einigen Professoren ernsthafte Befürchtungen um den Verlust »ihres« Bestandes auslöste, wurde ihnen eine großzügige Ausleihregelung von bis zu zwei Jahren für besondere Literatur eingeräumt.

Der Bestand von etwa 270.000 Bänden orientiert sich neben der allgemeinen Medizin und des Gesundheitswesens beziehungsweise der Krankenpflege schwerpunktmäßig an den Forschungsgebieten des UKE (Biotechnologie, Bioethik und Molekularmedizin). Des weiteren besteht Zugriff auf über 1.000 Volltextzeitschriften sowie CD-ROM-Datenbanken wie beispielsweise MEDLINE. Die Dokumentlieferung für Wissenschaftler am UKE ist kostenlos.

Seit 1966 produziert die Ärztliche Zentralbibliothek das GZM<sup>13</sup> (Gesamtverzeichnis der Zeitschriften und Serien in Hamburger medizinischen Bibliotheken), das auch die Bestände aller Krankenhäuser und Institute nennt und somit vollständiger verzeichnet als die Zeitschriftendatenbank (ZDB).

Eine formale und inhaltliche Erschließung von Büchern aus dem Altbestand, der noch nicht in den OPAC eingearbeitet wurde, erfolgt nachträg-

lich, sobald eine Bestellung vorliegt – quasi »Retro-on-demand«.

### Fazit

Durch die Vorarbeiten im Seminar gingen wir gut informiert in die jeweiligen Institutionen und verließen sie mit noch mehr Wissen im Gepäck.

Dem vormittäglichen Pflichtprogramm folgte dann eine von den verschiedensten Interessen geprägte Kür mit Stadterkundung, Hafenrundfahrt, Musicalbesuch, Theater, Kino, Kneipe, Museen, Jazz-Club, etc. Zwei Unerschrockene wagten sich sogar in die Bibliothek des HWWA (Hamburger Weltwirtschafts-Archiv).

Von einer interessanten und abwechslungsreichen Woche wissen wir zu berichten, von viel Spaß und geselligem Beisammensein, von langen Tagen und kurzen Nächten, von einem hoteleigenen Schwimmbad, das eigentlich ein Planschbecken war und von elementaren Teilchen und speziellen Bibliotheken. Eine Erfahrung, die sich in Zukunft eigentlich kein Studierender entgehen lassen sollte.

Kontakt: hoffmannB@hdm-stuttgart.de

<sup>12</sup> Vgl. dazu auch die Ausstellung »Rhetorik der Überwachung von Bentham bis Big Brother« im Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM), 13. Okt. 2001– 24. Feb. 2002; <http://ctrl-space.zkm.de/>  
<sup>13</sup> <http://www.aezb.uke.uni-hamburg.de/GZM.htm>



## HdM goes digital: Digitaldruck an der Medienhochschule

**PROFESSOR DR. GUNTER HÜBNER,**  
Druck- und  
Medientechnologie

Schon seit anderthalb Jahren verfügt die HdM über eine Digitaldruckmaschine XEROX Docu-Color 2045. Nach bisheriger Leihstellung durch XEROX ging die Maschine nun ganz in den Besitz der Hochschule über. Dies brachte einige Neuerungen mit sich: Die Ausstattung umfasst nun eine Hefteinrichtung und eine nagelneue Bedienkonsole (Frontend) der Firma Creo, die auch den RIP (Raster Image Processor) beherbergt.

Den Haupteinsatzgebieten des farbigen Digitaldrucks in der Praxis, die just in time-Produktion von Druckprodukten wie Broschüren, Booklets oder Einladungen, und vor allem die in letzter Zeit besonders für die unter dem Begriff 1:1-Marketing bekannt gewordene Form der Werbung mit personalisierten Anschreiben, kann mit dieser Ausstattung problemlos Rechnung getra-

gen werden. Vor allem dem personalisierten Druck kommt zu Gute, dass die Firma Creo der HdM eines der bedeutendsten, einschlägigen Softwarepakete namens Darwin kostenlos überließ.

In den Praktika zum Digitaldruck haben Studierende nun die Möglichkeit, die in der Vorlesung Digitaldruck erworbenen Kenntnisse auf dem neuesten Stand der Technik praktisch zu erproben. Die Maschine steht für hochschulinterne Produktionen jedem Hochschulmitglied zur Verfügung. Details dazu und weitere technische Informationen finden sich unter:

[http://www2.hdm-stuttgart.de/~huebner/Einrichtung\\_Digitaldruck/D\\_Maschine.htm](http://www2.hdm-stuttgart.de/~huebner/Einrichtung_Digitaldruck/D_Maschine.htm).

Mehrere Tutoren, erfahrene Studierende aus höheren Semestern, kennen sich mit der Maschine aus und helfen bei der Abwicklung der digitalen Druckjobs tatkräftig mit. Zur offiziellen Einweihung der neuen Maschine fand am 22. November 2002 ein kleines »Event« in und um Raum 181, dem Standort der Maschine, statt. Ein Referent der Firma Creo sprach über den personalisierten Druck und 1:1-Marketing. Ein Vertreter von XEROX beleuchtete die neuesten technologischen Entwicklungen im Digitaldruck mit einem besonderen Schwerpunkt auf dem zukünftigen Topmodell von XEROX, der iGen3.

Kontakt: [huebner@hdm-stuttgart.de](mailto:huebner@hdm-stuttgart.de)

Die Studierenden freuen sich über die Digitaldruckmaschine



## Erstes Computer-to-Screen-Seminar an der Hochschule der Medien

**BERNHARD MICHL,**  
Druck- und  
Medientechnologie

Im Sommersemester 2002 fand an der Hochschule der Medien erstmals ein zweitägiges Seminar zum Thema Computer-to-Screen (CTS) statt. Diese innovative Fertigungstechnologie ermöglicht die Bebilderung von Siebdruckschablonen direkt aus dem digitalen Datenbestand. Erste Entwicklungen zu der neuen Technologie fanden zwar schon vor über zehn Jahren statt,

doch erst heute erschließt sich dieser Technologie eine zunehmende Akzeptanz in den Anwenderkreisen des grafischen und industriellen Siebdrucks sowie im professionellen Textildruck. Wie aktuell dieses Thema heute ist, zeigte sich nicht zuletzt an dem großen Interesse der Teilnehmer an den beiden Seminartagen an der HdM. Obwohl eine großflächige Bekanntmachung in der Fach-

presse für dieses Seminarangebot zu spät erfolgte, waren die Plätze bereits im Vorfeld der Veröffentlichung voll ausgebucht. Am ersten Tag waren über 40 Teilnehmer aus den verschiedensten Interessensbereichen zu Gast, darunter Vertreter des grafischen und des industriellen Siebdrucks, der Zulieferindustrie sowie Anwender des CTS-Verfahrens. Der zweite Tag mit mehr als 50 Seminargästen war schwerpunktmäßig für die Studierenden der Hochschule und für die Fachlehrer von Ausbildungsstätten der Druckindustrie in Deutschland konzipiert.

### Junge Technologie mit Zukunft

In verschiedenen Fachvorträgen wurde diese vergleichsweise junge Technologie der Zuhörerschaft erläutert und aus unterschiedlichen Perspektiven thematisch vertieft. Thomas Schweizer von der Lüscher AG, Leutwil/Schweiz, schilderte in seinem Vortrag unter dem Titel »Die Zukunft der Siebdruckformen-Herstellung« die technische Funktionsweise der JetScreen genannten Bebilderungssysteme. Mit diesen Anlagen wird ein UV-Licht-undurchlässiges Abdeckmedium über ein Inkjet-Piezo-Druckkopfsystem auf die vorbeschichtete Siebdruckform aufgebracht, das nach dem Belichten und der Entwicklung der Schablonen das fertige Druckmotiv bildet.

Die kleinste Ausführung dieser Anlagen der Lüscher AG, der Mini-JetScreen, wie er auch in der Ausbildung an der Hochschule der Medien eingesetzt wird, ist ausgelegt für ein Druckrah-

men-Außenmaß von 1400 mal 1800 mm. Große Anlagen werden für stattliche Druckrahmen- außenmaße von bis zu 3800 mal 8000 mm gebaut. Der Schwerpunkt der Anwendungen für den diese Anlagen heute konzipiert sind, liegt eindeutig im großformatigen grafischen Siebdruck und im Industriesiebdruck. Gerade hier ist das Kosteneinsparungspotenzial durch den Wegfall der Reprofilme für die Unternehmen am größten. Anwender finden sich in den verschiedensten Bereichen: im Plakatdruck, im Fahnen- druck, im Textildruck, in der Flachglasindustrie, aber auch bei den Herstellern von keramischen Wand- und Bodenfliesen.

Die Anwendung dieser Anlagen, vor allem in den sehr großformatigen Bereichen, bedingt den Einsatz von Hochleistungs-Siebdruckgeweben, wie sie heute dank der ständigen Weiterentwicklungen durch die Siebdruckgewebe-Hersteller auf dem Markt zur Verfügung stehen. Hierüber berichtete Axel Offermann, ein Absolvent des Studienganges Druck- und Medientechnologie der HdM und heute bei der Saati GmbH, in seinem Vortrag. Sehr häufig werden die enormen Kräfte unterschätzt, die vor allem während des Spannprozesses des Gewebes auf den Siebdruckrahmen einwirken. Gerade im Großformat kann es hier bei in ihrer Stabilität unterdimensionierten Rahmenprofilen zu erheblichen Rahmen- und Gewebedeformationen kommen. Durch eine neue Autofokus-Technologie des Lüscher JetScreen-Systems wird es ermöglicht, dass selbst bei verwundenen Rahmen der Piezo-Spritzkopf präzise in einem gleich bleibenden Abstand von nur etwa 0,8 mm über das beschich-

Thomas Schweizer (links) zeigt typische JetScreen-Anwendungen



tete Schablonengewebe geführt werden kann. Solche Erfahrungen konnte auch Frank Flottmann, Inhaber der Firma Flottmann Siebdruck-Service GmbH Isernhagen, schildern. Als praktizierender JetScreen-Anwender berichtete er über den täglichen Umgang mit der JetScreen-Technologie. Die Firma Flottmann versteht sich als professioneller Druckformen-Dienstleister und stellt für die unterschiedlichsten Siebdruckanwender in Deutschland druckfertige Siebdruckschablonen her. Die Kopierbild-Daten kommen direkt vom Kunden über Datenleitung ins Haus, werden intern weiter bearbeitet, korrigiert oder auch direkt kundenspezifisch erstellt und anschließend über den JetScreen digital auf die Druckform ausgegeben.

Abschließend berichtete Professor Dr. Gunter Hübner, Studiengang Druck- und Medientechnologie der HdM, über die ersten praktischen Erfahrungen, die Studierende mit dem Lüscher Mini-JetScreen gemacht haben. Im Rahmen eines Praktikums hatten sie die Aufgabe, einen Vergleich zwischen einer konventionell über Film hergestellten Druckform und einer digital hergestellten Druckform hinsichtlich der erreichbaren Druckqualität zu erarbeiten. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Konturenschärfe und das Auflösungsvermögen, das der klassische Silberfilm bietet, durch ein nach dem Inkjet-Verfahren

arbeitenden System nicht zu erreichen ist. Erstaunlich ist dennoch, in welcher hohen Kopierbild-Qualität sehr feine Details auf der Siebdruckschablone wiedergegeben werden können. So ist eine Übertragung einer sechs Punkt-Schrift sowohl in der positiven als auch in der negativen Darstellung in einer guten Qualität möglich, was für viele grafische Anwendungen des Siebdruckverfahrens absolut ausreichend ist.

Praktisch untermauert wurden diese Aussagen am Nachmittag der Seminarveranstaltung: Marcel Strasser, Anwendungsleiter der Lüscher AG, stellte den Ablauf der JetScreen-Anlage vor. Dabei wurden die CMYK-Druckformen eines vierfarbigen Rastermotivs im 36er elliptischen Punktraster auf dem JetScreen erstellt und anschließend von Ingo Haf, Studierender der Hochschule, mit einem ausgezeichneten Ergebnis in der Produktion gedruckt.

Die sehr positive Resonanz und das beachtliche Interesse an diesem Seminar in der Hochschule der Medien haben gezeigt, wie aktuell das Thema Computer-to-Screen-Technologie im Siebdruck heute ist. Es ist daher angedacht, diese Veranstaltung zu einem späteren Zeitpunkt in ähnlicher Form noch einmal anzubieten.

Kontakt: [michl@hdm-stuttgart.de](mailto:michl@hdm-stuttgart.de)

## Ein Kanadier in Stuttgart: »A great Year« Mike Murphy lehrte als Gastprofessor an der HdM

KERSTIN LAUER,  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Ein Jahr lang, von Juli 2001 bis Juli 2002, war Michael Murphy zu Gast an der HdM. Er lehrte in den Studiengängen Audiovisuelle Medien und Medienautor. Künftig haben HdM-Studenten die Möglichkeit, an der Ryerson Polytechnic University in Toronto ein Praxissemester zu verbringen. Dafür stehen zunächst drei Plätze zur Verfügung.

### Parallelen zwischen HdM und Ryerson University

Möglich war Murphys Aufenthalt durch das Gastdozentenprogramm »Innovatec« des Deutschen Akademischen Austauschdienstes für innovative Studiengänge an deutschen Hochschulen. Über dieses Programm konnte ein Gastlehrstuhl »Audiot Technologien für bewegtbildgestützte on/offline Medien« an der HdM eingerichtet werden. Der Kontakt zu Mike Murphy wurde bei dessen

Aufenthalt in Stuttgart geknüpft: Im Rahmen eines internationalen Forschungsprojektes auf dem Gebiet des »Vernetzten Lernens« besuchte der Kanadier seine Kooperationspartner in Deutschland und interessierte sich für die Hochschule der Medien. »Dabei stellen wir fest, dass sich die Ryerson University in Toronto und die Hochschule der Medien in Stuttgart in vielen Bereichen ähneln«, berichten Professor Axel Hartz, Dekan des Fachbereichs Electronic Media, und Gottfried Ohnmacht-Neugebauer, Leiter des Akademischen Auslandsamtes der HdM.

Mike Murphy ist Akademischer Direktor des Rogers Communications Center der Ryerson Universität, mit 15.000 Studierenden die drittgrößte Universität Kanadas. In Murphys Fachbereich studieren rund 2000 junge Menschen, die sich mit Fernsehen, Journalismus, Computerwissenschaften und Gestaltung beschäftigen. Wie an der HdM gibt es auch an der kanadischen Hoch-



schule einen Ausbildungsbereich Druck. Murphys Lehrgebiet, digitale Medien und Ton, fügte sich optimal in das Programm des Studiengangs Audio-visuelle Medien der HdM ein, erklärte Hartz.

### »Sabbatjahr« für Lehre und Forschung in Deutschland

Für die Gastprofessur an der Stuttgarter Hochschule nahm sich Mike Murphy ein »Sabbatjahr«. So konnte er sich parallel zur Lehre an der HdM weiter der Forschung widmen. In seinen beiden Semestern an der HdM stellte Murphy techni-

sche Innovationen und neue Entwicklungen im Bereich der elektronischen Medien vor, war beteiligt an der Konzeption für Studioproduktionen im Bereich Audio und betreute deren Umsetzung. Außerdem engagierte er sich in der Produktion einer mehrkanaligen DVD für den Master-Studiengang Medienautor.

Dabei kam es Murphy auch darauf an, die künstlerische Umsetzung im Audibereich zu verbessern. Ein Ergebnis war unter anderem die Produktion »Flusslauf«, die im Sommersemester 2001 entstand: In der 20-minütigen Tanzperformance zeigten Profi-Tänzer den Einfluss von Wasser auf den Menschen und deren Umgang mit dem Element.

### Offizielle Partnerschaft

An Mike Murphys englischsprachigen Lehrveranstaltungen nahmen im Schnitt 20 bis 30 Studierende höherer Fachsemester teil. Von seinen Schützlingen war der Kanadier begeistert. Hier gäbe es ausgezeichnete kreative und clevere Nachwuchskräfte. Das Kompliment gaben ihm die Studierenden zurück. »Eine tolle Bereicherung«, lobten sie Murphys Arbeit.

Doch damit nicht genug: Ein weiteres Ergebnis der Gastprofessur ist eine offizielle Partnerschaft zur Ryerson Universität. Seit September 2001 existiert ein Austauschabkommen. Zunächst besuchte eine kanadische Studentin die HdM; im Wintersemester hatten drei Stuttgarter Studenten die Gelegenheit, nach Toronto zu gehen. Dort befände sich der Hauptsitz der kanadischen Fernsehindustrie und für Studierende gäbe es ausgezeichnete Möglichkeiten, Praktika zu machen, erklärte

Mike Murphy, der erste kanadische Gastprofessor an der HdM



Janosch Andrews ist seit dem 1. Juli 2002 Assistent im Rechenzentrum der Hochschule der Medien. Andrews war vom 1. Januar 1993 bis zum 30. September 1995 bereits als Assistent im damaligen Fachbereich Medientechnik für die Hochschule tätig.



Professor Dr. Michael Burmester lehrt seit September 2002 »Ergonomie und Usability« im Studiengang Informationsdesign. Seine Lehrgebiete sind Usability Engineering, Human-Computer-Interaction und benutzerzentrierte Gestaltung interaktiver Geräte, Systeme und Medien.



Simon Eisele begann am 1. September 2002 als Assistent im Studiengang Informationsdesign.



Ansgar Gerlicher begann zum 1. Oktober 2002 als Assistent im Studiengang Medieninformatik.



Karin Kaiser ist seit dem 1. September 2002 Professorin im Studiengang Informationsdesign. Sie lehrt »Kommunikationsdesign«.





Murphy. Dieser Austausch solle künftig ausgebaut werden und weitere Studiengänge, wie zum Beispiel Druck- und Medientechnologie, einbeziehen. Auch ein Professoren Austausch sei geplant. Darüber hinaus wolle man im Bereich Internet-Radio zusammen arbeiten und ein gemeinsames Programm anbieten. Und schließlich denke er über ein gemeinsames Forschungsprojekt im Bereich »Access Grid« nach. Dabei ginge es um hochwertige Videokonferenzen, die Organisation gemeinsamer Konzerte oder Veranstaltungen im Netz.

Insgesamt war es für Mike Murphy »a great year«. Er bedauerte nur, nicht so viel Deutsch gelernt zu haben. Kollegen und Studenten an der HdM hätten es ihm einfach gemacht: Er sei mit seiner Muttersprache Englisch immer gut zurecht gekommen.

Kontakt:

hartz@hdm-stuttgart.de

aaa@hdm-stuttgart.de

mmurphy@acs.ryerson.ca

Link: <http://www.rcc.ryerson.ca>

## Produktion »Scout« und Webauftritt www.weissenhofsiedlung.de beim e-talents-Award 2002 ausgezeichnet

KERSTIN LAUER,  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Die Produktion »Scout« und der Internetauftritt www.weissenhofsiedlung.de von Studierenden der Hochschule der Medien erhielten im August 2002 einen e-talent-Award und eine Auszeichnung des Deutschen Direktmarketing-Verbandes. »Scout« wurde in der Kategorie e-mobile mit einem e-talents-Award in Silber, das Weissenhof-Projekt in der Kategorie e-culture mit einer Auszeichnung bedacht. Die Professoren Uwe Schulz

und Dr. Johannes Schaugg betreuten die Arbeiten.

Den mobilen, interaktiven Begleiter »Scout« entwickelten Tobias Scheck, Sascha Eissler, Gerit Esters, Stephan Goutier und Thomas Wanner im Sommersemester 2002 in einer Studioproduktion im Bereich »Interaktive Medien« im Studiengang Audiovisuelle Medien. Der »Scout« funktioniert mit einem handlichen Organizer, den der Benutzer bei sich trägt. Er führt durch Veranstaltungen und präsentiert Informationen dort, wo sie benötigt werden. Außerdem bietet er Suchmöglichkeiten und hilft, individuelle Routen zusammenzustellen. »Der mobile Begleiter könnte unter anderem als Messeführer, bei Werksführungen, im öffentlichen Personennahverkehr oder in Warenhäusern eingesetzt werden«, erklärten die Studierenden. Das Konzept des »Scout« überzeugte die Jury in der inhaltlichen Komplexität und in der grafischen Umsetzung; die interaktiven Möglichkeiten seien kreativ, die Benutzerführung intuitiv.

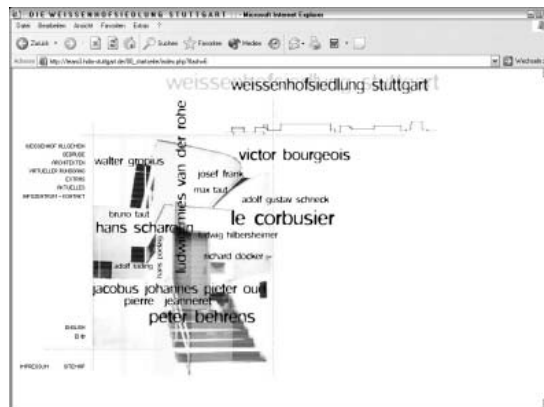
Den Internet-Auftritt des Vereins »Freunde der Weißenhofsiedlung« unter [www.weissenhofsiedlung.de](http://www.weissenhofsiedlung.de) hatten Jasmin Hamida, Stefanie Linz, Julius Dietz, Stefan Kokemüller und Marko Schacher ausgearbeitet. Er basiert auf einem datenbankgestützten Redaktionssystem und enthält ansprechend aufgemachte Informationen über die an der Weißenhofsiedlung beteiligten Architekten, ihre Innovationen in Form, Technik, Gestaltung und Ausführung sowie über die Aktivitäten des Vereins. Die 1927 auf dem Killesberg in Stuttgart errichtete Weißenhofsiedlung ist eines der wichtigsten Zeugnisse des »Neuen Bauens« in Deutschland und zählt zu den touri-

Die Startseite des mobilen  
Begleiters »Scout«



stischen Highlights der Region. Höhepunkt des Webauftritts ist ein virtueller Rundgang mit Audio-Kommentar. Dafür wurden 360-Grad-Panorama-Ansichten erstellt, die mit dem Maus-Cursor frei bewegt werden können. Der Benutzer kann den Blick nach oben, unten, rechts und links richten und erhält ein räumliches Gefühl für den heutigen Zustand der Weißenhofsiedlung. Interviews mit Bewohnern der Siedlung und ein Fachbegriff-Glossar vervollständigen das Informationsangebot.

[www.weissenhofsiedlung.de](http://www.weissenhofsiedlung.de)



Auch hier überzeugte das Konzept die Jury. Das Informationsangebot sei umfassend, sowohl zur Vita der einzelnen Architekten, als auch zu ihren jeweiligen Werken, Häusern und theoretischen Ansätzen. Trotz der Fülle der Informationen sei die Seite übersichtlich gestaltet und der Besucher fände sich gut zurecht, urteilte sie.

Beim Wettbewerb e-talents werden Arbeiten kreativer Nachwuchsdesigner ausgezeichnet. Eine Fachjury mit Experten aus Medien, Agenturen und Hochschulen bewertet die Einreichungen. Mit dem Wettbewerb fördert der Deutsche Direktmarketing-Verband junge Multimedia-Talente, die mit frischen Ideen und Know-how interaktive Lösungen im Internet und für mobile Anwendungen gestalten.

Kontakt:

[schulz@hdm-stuttgart.de](mailto:schulz@hdm-stuttgart.de),  
[schaugg@hdm-stuttgart.de](mailto:schaugg@hdm-stuttgart.de)

Links:

<http://scout.hdm-stuttgart.de>,  
<http://www.weissenhofsiedlung.de>

## Drehbuchpreis für Stuart Marlow

**KERSTIN LAUER,**  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit

Beim diesjährigen FEATS (Festival of European Anglophone Theatrical Societies) wurde Professor Stuart Marlow von der Hochschule der Medien für sein Stück »Pricing Freedom« mit dem Verulam Award für das beste Drehbuch/Theaterstück ausgezeichnet. Das Festival, das jedes Jahr in einer anderen europäischen Stadt organisiert wird, fand vom 17. bis 20. Mai 2002 in Brüssel statt. Dort nahm Marlow, der seit Oktober 2000 im Studiengang Audiovisuelle Medien Dramaturgie und Inszenierung lehrt, den Preis entgegen.

»Ursprünglich nahmen an dem Festival vor allem Theatergruppen teil, in denen britische, amerikanische und irische Regierungsangestellte mitwirkten«, berichtete Marlow. Seit der Premie

re 1986 habe es sich inzwischen ständig vergrößert und einen internationalen Ruf erworben. Teilnehmen konnten bei FEATS vor allem nicht professionelle Theatergruppen. Sie mussten ein originelles englischsprachiges,



Stuart Marlow (links)  
bei den Proben

schon veröffentlichtes Stück einreichen, das mindestens 30 Minuten und höchstens 50 Minuten dauert.

Stuart Marlows Einakter »Pricing Freedom« basiert auf einer wahren Geschichte: Ein Yuppie-Ehepaar, Phil und Liz Horowitz, kommen abends mit Phils Schwester Mags spät nach Hause. Im Wohnzimmer entdecken sie einen Asylsuchenden. Der Zwischenfall löst eine Diskussion aus, die im Verlauf der Handlung die enge Beziehung zwischen den Geschwistern Phil und Mags zerstört. In der Auseinandersetzung, die sich zwischen Farce und Tragödie bewegt, bleibt vieles unausgesprochen, und wenn die Hauptfiguren vor schwierigen ethischen Entscheidungen stehen, haben sie die Wahl zwischen Opferbereitschaft oder finanziellem Überleben.

Bei dem Theaterstück über Asyl haben Studierende der HdM mit dem ACTS (Anglophone Collaborative Theatre of Stuttgart) zusammen gearbeitet. Sie leisteten einen wichtigen Beitrag zur dramaturgischen Entwicklung.

»Pricing Freedom« war im Treffpunkt Rotebühlplatz und im Kulturwerk Naost in Stuttgart zu sehen.

Kontakt: [marlow@hdm-stuttgart.de](mailto:marlow@hdm-stuttgart.de)

# Qualitätssicherung der Lehre: Komplettevaluierung zweier Studiengänge

**PROFESSOR DR.  
ROLAND MANGOLD,**  
Informationsdesign  
**TOBIAS KLECK,**  
Informationswirtschaft

Nach Paragraph 4a des Fachhochschulgesetzes Baden-Württemberg haben die Fachhochschulen die Aufgabe, regelmäßig die Qualität ihrer Lehre unter Beteiligung der Studierenden zu evaluieren und über die Ergebnisse zu berichten. Im Sommersemester 2002 wurden alle Lehrveranstaltungen der Studiengänge Informationsdesign und Informationswirtschaft im Fachbereich Information und Kommunikation evaluiert. Ein Ergebnisbericht wurde der Studienkommission vorgelegt.

## Partizipation aller Gruppen

Von Beginn an wurde einer engen Kooperation zwischen Studierenden und Lehrenden den Vorzug vor einem Professoren-Ranking gegeben. So war die Arbeitsgruppe zu gleichen Teilen aus studentischen Mitgliedern und Professoren besetzt und – im Sinne eines 360°-Feedbacks (Neuberger, 2000) – wurden sowohl Studierende als auch Lehrende zu ihren Einschätzungen der Lehrsituation befragt.

## Online-Befragung wegweisend

Der hohe Aufwand bei der Datenerfassung und -analyse – etwa 220 Studierende hatten insgesamt 51 Lehrveranstaltungen zu bewerten – konnte durch eine Online-Befragung (eval.iuk.

hdm-stuttgart.de) unter Einbeziehung des Tools INQUIRY der Fachhochschule Weingarten (inquiry.fh-weingarten.de) in Grenzen gehalten werden. Schon wenige Tage nach Abschluss der Befragung in der zweiten Juniwoche 2002 lagen die Ergebnisse den beteiligten Gruppen vor und konnten noch in den Lehrveranstaltungen besprochen werden.

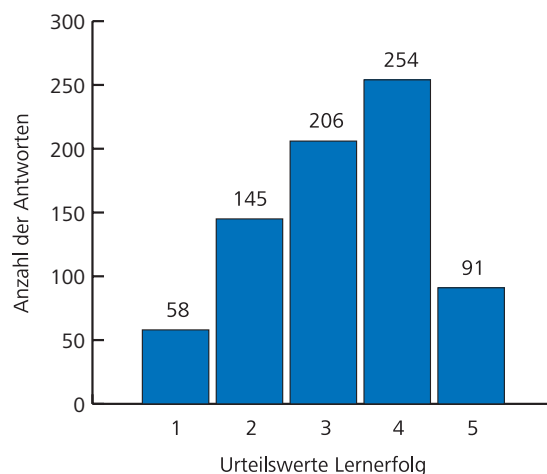
Der Fragebogen für Studierende umfasste 22 Fragen, teils mit Urteilsskalen, teils mit offenen Antwortmöglichkeiten. Je nach Lehrveranstaltung nahmen zwischen einem Drittel und der Hälfte der Teilnehmer an der Evaluierung teil, was für eine Online-Befragung einen vergleichsweise hohen Wert darstellt und sowohl auf die kooperative Atmosphäre als auch auf die Unterstützung durch den unabhängigen Studierenden-ausschuss (UStA) zurückzuführen ist. Auch bei der Befragung der Lehrenden war eine rege Beteiligung festzustellen.

## Befriedigende Ergebnisse – konkrete Verbesserungsmöglichkeiten

Als Beispiel zu den Ergebnissen zeigt Abbildung 1, dass die überwiegende Zahl der Studierenden ihren Lernerfolg als groß einschätzt. Darüber hinaus beinhalten die Online-Daten sowie die Angaben der Lehrenden (und hier insbesondere der Lehrbeauftragten) eine Reihe konkreter Hinweise zu realisierbaren Verbesserungen. Wie Rindermann (2002) in seinem Aufsatz »Evaluierung der Lehre« in der Zeitschrift »forschung & lehr« bemerkt, beginnt bei einer Evaluierung der eigentliche Hauptteil der Arbeit mit der Umsetzung; diese soll von einer Arbeitsgruppe im Wintersemester 2002/2003 in Angriff genommen werden. Außerdem ist aufgrund der positiven Erfahrungen eine Fortführung der Evaluierung im Sommersemester 2003 geplant. Sie soll zu einer regelmäßigen Einrichtung werden (Stichwort Evaluationskultur).

Kontakt: mangold@hdm-stuttgart.de

Abbildung 1: Verteilung der Werte zur Frage »Wie groß war Ihr Lernerfolg?« (1 für kein Lernerfolg und 5 für sehr großer Lernerfolg).



## PERSONALIA

# Denken in ganzheitlichen Geschäftsprozessen erforderlich

**PROFESSOR DR. KLAUS THALER<sup>1</sup>,**  
Print-Media-  
Management

Gerade in der Druck- und Medienindustrie wird heute zunehmend die intelligente Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten, die effiziente Abwicklung von der Auftragsvergabe bis zur Auslieferung sowie die Integration der Anwendungssysteme zu einem strategischen Wettbewerbsfaktor. Im Rahmen der übergreifenden Prozessoptimierung werden neue Ansätze wie Supply Chain Management (SCM) und Enterprise Application Integration (EAI) verfolgt. Die Basis bildet die Zusammenarbeit in effizienten, unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen sowie die technische Integration der Anwendungssysteme.

Was steckt hinter SCM und EAI? Was bieten Lösungen und wie geht man bei deren Einführung vor? Berechtigte Fragen, die vor dem Hintergrund teurer Investitionen in Integrationsprojekte und neue Software immer wieder gestellt werden.

SCM ist letztlich ein unternehmensübergreifender Ansatz zur Prozessoptimierung, der heute bereits in Branchen, wie zum Beispiel der Fahrzeugindustrie, erfolgreich umgesetzt wird. EAI steht für die technologische Integration der Anwendungssysteme mit Hilfe standardisierter Protokolle, heute vor allem auf Basis von XML.

Die Erfahrung zeigt, dass künftig nicht mehr Einzelunternehmen, sondern »Dienstleistungsnetzwerke« im Wettbewerb dominieren. Untersuchungen belegen, dass mehr Transparenz, eine verbesserte Liefertreue, die Bestandsreduzierung sowie kürzere Durchlauf- und Lieferzeiten die wesentlichen Nutzenfaktoren sind.

Aber: Oft gibt es für Integrationsprojekte keine Lösung »auf dem Silbertablett« und es muss natürlich auch zuerst einmal aufgezeigt werden, wie sich der Gesamtnutzen für alle Akteure im Netzwerk konkret quantifizieren und messen lässt. Dass es hier noch viele Schwachstellen gibt, zeigen Untersuchungen. Denken in ganzheitlichen Geschäftsprozessen wird aber zweifelsfrei zur neuen Herausforderung.

Kontakt: [thaler@hdm-stuttgart.de](mailto:thaler@hdm-stuttgart.de)

<sup>1</sup> Klaus Thaler lehrt die Fächer Prozessplanung/Simulation, Produktionsplanung/-steuerung, Organisation sowie Projektmanagement und betreut die Weiterentwicklung des Simulations- und Anwendungslabors. Thaler gilt als Experte für Prozessoptimierung und IT-Anwendungen und war unter anderem als Gutachter für die EU-Kommission tätig. Er ist bekannt durch zahlreiche Publikationen, Veranstaltungen und Arbeiten zu Themen der inner- und überbetrieblichen Prozessoptimierung sowie durch sein aktuelles Buch »Supply Chain Management – Prozessoptimierung in der logistischen Kette«.

Walter Kriha ist seit dem 1. März 2002 Professor im Studiengang Medieninformatik. Seine Lehrgebiete sind »Verteilte Systeme« und »Internet-Technologien«.



Professorin Huberta Kritzenberger lehrt seit dem 1. September 2002 »Multimediale Kommunikation« im Studiengang Medienautor.



Am 1. Oktober 2002 fing Matthias Maaß als Assistent im Studiengang Audiovisuelle Medien an.



Madeleine Müller unterstützt seit dem 8. Mai 2002 die Kolleginnen im Studienbüro der Hochschule der Medien.



Sebastian Riegel ist seit dem 1. Juni 2002 Assistent im Studiengang Druck- und Medientechnologie.



## Libraries for life: »democracy, diversity, delivery« – 68th IFLA General Conference and Council in Glasgow

**PROFESSOR DR. PETER VODOSEK,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

»We are – as you know – celebrating IFLA's 75th anniversary this year. What a long road we have travelled; and what a demonstration of the quality of our profession which has succeeded in going from the age of printing, from the manual (or at best the typewritten), to the age of informatics and networks – to the virtual. When I think that some persons have the idea that librarians are conformist, old-fashioned in their methods as in their approach to their trade, 'dusty' if you like, labelled in different languages as 'bookworms' or as 'library rats', I would like to demonstrate to them that few professions have managed to make the new technologies their own as we have, have managed to adapt so effectively, have made such good use of technical progress to create products, formats and standards which revolutionise the profession and the services it provides to its customers.«  
(Christine Deschamps, IFLA President)

### Was ist IFLA?

Die Weltpolitik hat die UNO, die Bildungs- und Kulturpolitik die UNESCO. IFLA, die International Association of Library Associations and Institutions, ist die Weltorganisation für alles, was mit Bibliotheken und Information zu tun hat. Sie hat etwa 1800 Mitglieder in über 150 Staaten, darunter auch seit Jahrzehnten die ehemalige Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI), inzwischen Hochschule der Medien (HdM). IFLA ist Interessenvertretung, Fachorganisation und weltweites Netzwerk von Experten zugleich. Ihr erklärtes Ziel ist die Freiheit der Information und das Bestreben, die Lücke zwischen den »information poor« und den »information rich« zu schließen. Öffentlichkeitswirksam wird sie durch einen internationalen Kongress, der jährlich wechselnd in verschiedenen Regionen der Welt stattfindet<sup>1</sup>.

### Warum gerade Glasgow?

Zum 68. Kongress traf man sich vom 18. bis 24. August 2002 in Glasgow, weil IFLA ein Jubiläum

zu feiern hatte: Die Organisation wurde vor 75 Jahren in Schottland gegründet, übrigens unter aktiver Beteiligung des damaligen Deutschen Reichs. Aber abgesehen von dieser Verneigung vor Schottland war Glasgow ein Tagungsort erster Qualität, eine Stadt, die den schwierigen Wandel von einem verrußten Zentrum der Schwerindustrie zur Kulturhauptstadt Europas 1990 und zur UK City of Architecture and Design 1999 geschafft hat. Drei Universitäten, hervorragende Bibliotheken, eine vibrierende Musik- und Kunstszene und Charles Rennie Macintosh mögen als Stichworte genügen.

### Etwas Statistik

Im weiträumigen SECC – Scottish Exhibition and Conference Center – am Ufer des Clyde versammelten sich 4756 Teilnehmer aus 122 Ländern, davon 1082 als »firsttimers«. Die angeschlossene Fachmesse wurde von rund 200 Ausstellern beschickt, die 68 Produktgruppen präsentierten. Im Ausstellungsbereich waren auch die 50 Postersessions angesiedelt. Vor der Messehalle paradierten die Busse von 30 mobilen Bibliotheken aus Großbritannien, den Niederlanden, Dänemark und Schweden. Bei der Schlussitzung konnte der Schatzmeister von IFLA zwei weitere interessante Fakten bringen: der lokalen Wirtschaft flossen durch den Kongress fünf Millionen Euro zu, die Organisation selbst verzeichnete einen Reingewinn von 160.000 Euro.

### Streiflichter

Glanzvoll verlief die Eröffnung des Kongresses: Dudelsackpfeifer, Ansprachen des Oberbürgermeisters von Glasgow und des First Ministers for Scotland sowie der Festvortrag von Seamus Heaney, Nobelpreisträger für Literatur 1995 und Professor in Oxford und Harvard. Ein Gedicht »The Welcome« von Edwin Morgan, Glasgows Poeta laureatus, von ihm selbst vorgetragen, wurde als Video eingespielt und die offizielle IFLA-Hymne feierte Premiere. Sehr schottisch gab sich dann die Schlussveranstaltung: sämtli-

<sup>1</sup> Detaillierte Informationen sind zu finden unter [www.ifla.org](http://www.ifla.org)

Schauplatz IFLA 2002:  
Das Scottish Exhibition and  
Conference Center (SECC)



che Herren des lokalen Organisationskomitees im Kilt und allgemeine internationale Verbrüderung unter den Klängen von »Auld lange syne« des schottischen Nationalbarden Robert Burns – eindrucksvoll bei gut 4000 »Mitwirkenden«.

Zwischen diesen Ereignissen lag aber eine Woche harter fachlicher Arbeit. Die ehemalige HBI war ein Vierteljahrhundert hindurch ein sehr aktives Mitglied. Professor Dr. Peter Vodosek wirkte schon in den 80er Jahren an den »Guidelines to Equivalence and Reciprocity of Professional Qualifications«, den internationalen Standards für die bibliothekarische Ausbildung mit, war Mitglied verschiedener Standing oder Executive Committees. Von den politischen Beschlüssen ist erwähnenswert, dass in der Mitgliederversammlung die »Glasgow Declaration on Libraries, Information Services and Intellectual Freedom«, die von langer Hand vorbereitet worden war, einstimmige Billigung fand. Ansonsten galt es, aus den über 220 im Tagungsprogramm aufgelisteten Vorträgen, Seminaren, Workshops, Präsentationen und Besichtigungen einzelner Einrichtungen ein maßgeschneidertes Individualprogramm zu zimmern.

Bei internationalen Kongressen dieser Größenordnung und Bedeutung spielt auch die nationale Präsenz eine Rolle, nicht zuletzt auch, weil Deutsch neben Englisch, Französisch, Spanisch und Russisch eine der offiziellen Kongresssprachen ist. So trafen sich die über 100 deutschen Delegierten gleich zu Beginn zum »national caucus«, der in der Regel der generellen Information und der Harmonisierung des Abstimmungsverhaltens in den Mitgliederversammlungen dient. Der Generalkonsul der Bundesrepublik gab an einem Abend im Goethe-Institut Inter Nationes, das prächtig auf einem der Hügel Glasgows gelegen ist, einen Empfang, den auch Kay Rageroka, Direktorin der Universitätsbibliothek von Botswana und President elect der IFLA, mit ihrem Besuch beehrte. Ein besonders erfreuliches Faktum war übrigens, dass der bei allen IFLA-Kongressen täglich erscheinende Newsletter »IFLA Express« zum ersten Mal auch auf Deutsch publiziert wurde und zwar von einer Gruppe Studierender der Fachhochschule Pots-

dam unter der Leitung von Professor Hans-Christoph Hobohm.

Unter den reichlich angebotenen »social events« ragte der offizielle Empfang des Lord Provost von Glasgow durch sein spektakuläres Ambiente heraus. Die Gäste trafen sich im GSC – Glasgow Science Center, einem futuristisch anmutenden Glaspalast, der mit dem SECC durch eine Fußgängerbrücke über den Clyde verbunden ist und unter anderem auf einer »Science Mall« Zugang zu über 300 naturwissenschaftlichen und technischen Exponaten bietet, mit denen der Besucher zum Teil selbst experimentieren kann.

### Resümee

Im Rückblick kann den für den Kongress Verantwortlichen, vor allem dem lokalen Organisationskomitee, nur ein dickes Lob gespendet werden. Die Großveranstaltung verlief ohne größere Pannen (abgesehen davon, dass die S-Bahnstation »SECC« wegen Überflutung drei Tage geschlossen war), das Engagement der schottischen Kollegen – 100 ehrenamtliche Helfer – war vorbildlich, überall fand man spontanes Entgegenkommen und große Herzlichkeit. Fast 5000 Teilnehmer fallen selbst in einer Stadt von der annähernden Größe Stuttgarts auf. Wurde man anhand seiner Kongresstasche erkannt, wurde in den öffentlichen Verkehrsmitteln auf die Fahrscheinkontrolle verzichtet und selbst von Taxifahrern wurde man auf das Ereignis angesprochen. IFLA 2002 hat also Maßstäbe gesetzt. Wenn die 69th General Conference im August 2003 in Berlin stattfindet, wird sie an Glasgow gemessen werden.

Im übrigen wäre dies auch eine Gelegenheit, bei der sich die Hochschule der Medien im Rahmen der Fachmesse als die europaweit einzigartige Medienhochschule präsentieren könnte, als die sie sich versteht.

Ihre Grußadresse hatte Königin Elisabeth II. von Großbritannien mit den Worten geschlossen: »I hope that the gathering will prove stimulating and value to all who participate«. Ihre Hoffnung war nicht unberechtigt.

Kontakt: vodosek@hdm-stuttgart.de

# Information Systems and Services: ein neuer anwendungsorientierter Informatikstudiengang für die HdM

**PROFESSOR DR. WOLF-FRITZ RIEKERT,**  
Informationswirtschaft

In den letzten Jahren hat der Bedarf an Informatikkompetenz in den Berufsfeldern, für die die HdM ausbildet, massiv zugenommen. Dies gilt insbesondere auch für die Tätigkeitsfelder in der Informationswirtschaft und im Bibliothekswesen, auf die der Fachbereich Information und Kommunikation ausgerichtet ist<sup>1</sup>. Aus diesen Gründen hat der Senat der HdM am 28. Juni 2002 beschlossen, einen neuen Studiengang mit dem Namen »Information Systems and Services« (ISS) einzurichten. Die Zustimmung durch den Hochschulrat erfolgte am 17. Juli 2002.

## Ausbildungsziele

Der Studiengang ISS ist konzipiert als Disziplin der angewandten Informatik. In technischer Hinsicht sollen ein solides Informatikwissen und fundierte Kenntnisse der Softwareentwicklung vermittelt werden, wobei ein besonderer Schwerpunkt in den Gebieten der Informationssysteme und Netzwerkdienste gesetzt wird. Die Anwendung liegt auf dem Informations-, Bibliotheks- und Medienmanagement und umfasst die Aufgaben verschiedener klassischer Informationseinrichtungen einschließlich großer wissenschaftlicher und öffentlicher Bibliotheken. Um für künftige Erfordernisse gerüstet zu sein, werden darüber hinaus auch neue technische Entwicklungen und Geschäftsmodelle für die Vermittlung von Informationen und multimedialem Content einbezogen. Dazu zählen etwa Tauschbörsen im Internet, elektronischer Handel mit gebrauchten Medien, Internet-Radio und -TV, elektronische Bücher, digitale Mietbücher, digitale Bibliotheken, große multimediale Archive und Serverfarmen sowie multimediale und räumliche Informationsvisualisierung.

## Das Curriculum

Das Studium ist als modularer Bachelor-Studiengang angelegt und umfasst die Studienbereiche Informatik-Grundlagen, Softwareentwicklung, Verwaltung von Informationen und multimedialem Content, Webtechnologien, Wissenstechni-

ken, Management, Anwendungen und Recht. Die Studien- und Prüfungsordnung ist ähnlich konzipiert wie die der Diplom-Studiengänge Informationswirtschaft oder Bibliotheks- und Medienmanagement. Im fünften Semester ist ein Praktikum in einschlägigen Betrieben der Informationsindustrie vorgesehen (vorzugsweise Softwarehäuser, Service-Einrichtungen für Bibliotheken und Bibliotheksverbünde, Verlage mit elektronischem Produktangebot, Web-Agenturen, Anbieter von webbasierten Informationsdienstleistungen und von multimedialem Content, Informationsabteilungen in großen Konzernen). Der Abschluss des Studiums ist nach dem siebten Semester mit dem Bachelor of Computer Science vorgesehen.

## Synergien mit anderen Studiengängen

Die Konzeption des neuen Studienangebots ist sorgsam abgestimmt auf die vorhandenen Studiengänge im Umfeld. Durch Import und Export von Lehrveranstaltungen lässt sich ein entscheidender positiver Einfluss auf die Vielfalt und Vollständigkeit der Studienangebote erzielen, und zwar sowohl für den neu konzipierten Studiengang ISS selbst wie auch für die bereits existierenden Studienrichtungen. Insbesondere werden die Inhalte des neuen Studiengangs sehr positiv auf das Fächerangebot der vorhandenen bibliothekarischen und informationswirtschaftlichen Studiengänge ausstrahlen. Weit über den neuen Studiengang ISS hinaus wird so die Informatikkompetenz der Absolventen gestärkt und deren Wettbewerbssituation auf dem Arbeitsmarkt deutlich verbessert.

## Berufschancen

Trotz generell anhaltender Wirtschaftsflaute sind die Berufschancen für qualifizierte, anwendungsorientierte Informatiker nach wie vor sehr gut, wenn auch inzwischen nicht mehr die Traumgehälter aus den Boomzeiten erzielt werden<sup>2</sup>.

Speziell im Bereich der Bibliotheken und anderen Informationseinrichtungen ist ein dringender Bedarf an Fachleuten mit soliden Infor-

<sup>1</sup> Vgl. Bundesanstalt für Arbeit: Der Arbeitsmarkt für besonders qualifizierte Fach- und Führungskräfte. Jahresbericht 2001. Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV) Bonn. ibv 22/02, 22. Mai 2002, S.1713-1714  
<sup>2</sup> Ebenda, S.1691-1692

matikkenntnissen festzustellen, wobei aber zugleich die Beherrschung des speziellen bibliothekarischen oder informationswirtschaftlichen Anwendungswissens besonders gefordert ist. Da diese Know-how-Kombination das Alleinstellungsmerkmal des konzipierten Studiengangs ISS darstellt, ergeben sich für die Absolventen natürliche Wettbewerbsvorteile bei Bewerbungen auf derartige Stellen. Aber auch außerhalb der Bibliotheken und traditionellen Informations-einrichtungen besteht Bedarf an dem konzipierten Ausbildungsprofil. Die Fähigkeit, für Kunden Dienstleistungen rings um Informationen und multimedialen Content zu gestalten und diese weitestgehend auf der Basis von Informationssystemen und Netzwerkdiensten technisch realisieren zu können, stellt eine Kompetenz dar, die in einer Vielzahl moderner Tätigkeitsfelder zunehmend gefragt ist.

### Realisierung

Der neue Studiengang soll grundsätzlich durch Umschichtung von Ausbildungskapazitäten realisiert werden. Zu diesem Zweck sollen anfangs 25, im Endausbau 50 Studienplätze aus den informationswirtschaftlichen und bibliothekarischen Studiengängen in den Studiengang ISS verlagert werden. Dies ermöglicht es, für den neuen Studiengang fünf Professuren umzuwidmen, die nach und nach durch Pensionierungen im Fachbereich Information und Kommunikation frei werden. Diese Umwidmungen bedeuten aber auch einen Übergang zu einer deutlich personal-

und technikintensiveren Ausbildung, was zusätzliche Mittel erfordert. So sollen eine sechste Professur sowie zwei Assistentenstellen und zwei Technikerstellen geschaffen werden. Für den Aufbau und die Aufrechterhaltung der nötigen technischen Infrastruktur werden einmalige Investitionen sowie zusätzliche jährliche Sachmittel benötigt.

Der Start des Studiengangs soll zum frühestmöglichen Zeitpunkt, nämlich bereits im Herbst 2003 erfolgen, damit die HdM ihren Vorsprung bei der Einrichtung eines solchen Studiengangs wahren kann. Solch ein früher Start erfordert allerdings in den ersten Jahren eine Zwischenfinanzierung von bis zu drei Professuren durch Landesmittel, da die geplanten Stellenumwidmungen erst nach und nach in den Jahren 2004 bis 2007 wirksam werden können.

### Status

Die Gespräche und Planungen zum Studiengang ISS dauern derzeit noch an. Anregungen und Kommentare sind sehr willkommen.

Die Konzeption des Studiengangs wird auch Gegenstand eines Workshops sein, der zum Ende des Wintersemesters 2002/2003 mit Experten aus dem Hochschulbereich, aus der Softwareindustrie sowie aus Informationseinrichtungen und Bibliotheken geplant ist.

Kontakt: [riekert@hdm-stuttgart.de](mailto:riekert@hdm-stuttgart.de)

Link: <http://www.hdm-stuttgart.de/iss>

## Denken aus Leidenschaft: Literarisches Café mit der Sachbuchautorin Ingeborg Gleichauf

**SIBYLLE SEELKOPF,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

Eine ungewöhnliche Autorenlesung bot sich den Gästen am 6. Juni 2002 in der Stadtteilbücherei Degerloch. In Anlehnung an berühmte literarische Salons vergangener Jahrhunderte organisierte eine Gruppe Studentinnen des Studiengangs Bibliotheks- und Medienmanagement der Hochschule der Medien unter Leitung von Professorin Susanne Krüger ein literarisches Café.

Den Aufhänger bildeten die biographischen Skizzen<sup>1</sup> der Sachbuchautorin Ingeborg Gleichauf. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen sieben Philosophinnen und Literatinnen, die ihre Umgebung kritisch betrachtet haben: Rahel von

Varnhagen, Simone Weil, Christine de Pizan, Simone de Beauvoir, Hannah Arendt.

Wer waren sie? Nach welchen Idealen haben sie gelebt? Welche Bedeutung könnte ihr Handeln und Wirken auch in unserer Zeit noch haben? Diesen Fragen gingen die Studentinnen nach und stellten die historischen Persönlichkeiten kurz vor. Danach leiteten sie zur Diskussion mit der Autorin Ingeborg Gleichauf über. Im Zentrum des literarischen Cafés standen das Gespräch und der Gedankenaustausch. Alle Gäste wurden ermuntert, die eigene Meinung und Empfindungen über die vorgestellten Philoso-

<sup>1</sup> Gleichauf, Ingeborg:  
Denken aus Leidenschaft.  
Beltz und Gelberg, 2001





phinnen mitzuteilen. Wie bei literarischen Salons üblich, wurde den Besuchern vor und während der Veranstaltung Kaffee und Gebäck serviert, das die Studentinnen selbst zubereitet hatten.

Die Diskussion über die Philosophinnen gewann sicherlich auch deshalb an Tiefe, weil Frauen im Alter von 20 bis 70 Jahren miteinander sprachen und Lebenserfahrungen aus verschiedenen Zeiten aufeinander trafen.

Aus unerklärlichen Gründen fühlten sich von der Veranstaltung »Denken aus Leidenschaft« nur Frauen angesprochen. Es wurde gerätselt, warum der männliche Part gänzlich gefehlt hat. Doch so stünde bereits ein weiteres Thema für ein literarisches Café fest: »Wer sind die besseren Denker: Männer oder Frauen?«

Kontakt: [kruegers@hdm-stuttgart.de](mailto:kruegers@hdm-stuttgart.de)

## Neue Kulturerfahrungen zwischen »Town und Gown«: Wahlseminarprojekt im Literaturhaus Stuttgart

**PROFESSOR DR.  
VOLKER  
WEHDEKING,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

Im Sommersemester 2002 wurde eine neue Verbindung zwischen der Hochschule der Medien und dem Literaturhaus geschaffen. Studierende des Fachbereichs Information und Kommunikation besuchten im Rahmen des Wahlmoduls »Literaturanbieter und ihre Programme« (Professor Dr. Volker Wehdeking, Literaturhäuser, Professor Wolfram Henning, Bibliotheken, Buchhandlungen und andere Veranstalter) regelmäßig die Abendangebote des Literaturhauses. Diese neue, für die kulturelle Selbstdarstellung der Stadt Stuttgart zentrale Kultureinrichtung am attraktiv renovierten Bosch-Areal, ist seit November 2001 in Betrieb und wird von Florian Höllerer geleitet, dem zwei hauptamtliche Mitarbeiter und viele Helfer ehrenamtlich assistieren. Zwei Förderkreise helfen außerdem mit finanziell unabdingbaren Ergänzungen der städtischen Haushaltsmittel: die Literaturhaus-Aktionäre mit beträchtlichen Beträgen, für die es Sonderprogramme und -empfangs gibt, und die Freundeskreis-Mitglieder. Sie erhalten für ihren Jahresbeitrag im üblichen Rahmen verbilligten Eintritt.

Die kleine Gruppe innovativ eingestellter Seminarteilnehmer musste für die Abendprogramme von 20 bis 23 Uhr Zeit investieren, gab es doch oft Empfangs mit Getränken und anregende Gespräche am Rande der Lesungen und Diskussionsthemen. Aber das machte den Studierenden nichts aus, wie die sehr guten und konzentrierten Seminarreferate anhand von Thesepapieren und Diskussionen mit der Gruppe zeigten. Die Studienarbeiten am Ende bezogen

dann noch Illustrationen aus den im Web ([www.literaturhaus-stuttgart.de](http://www.literaturhaus-stuttgart.de)) nach den Events verfügbaren Bild- und Textangeboten ein. Als von allen durch eine lebhafte Diskussion belohnten Höhepunkt empfanden Studierende und Dozenten den fast zweistündigen Besuch von Florian Höllerer im abschließenden Seminar am 27. Juni 2002.

### Abwechslung und Inspiration

Die vierzehn konzipierten Programmreihen des Literaturhauses wurden bei dieser Gelegenheit nochmals von Höllerer erläutert und für das erste erfolgreiche Halbjahr des Hauses bewertet. Die Diskussionsbeiträge der Studierenden knüpften an die von ihnen besuchten Events an und betrafen auch Kohärenz, Atmosphäre, Lebendigkeit und Bewirtungsqualitäten der Veranstaltungen. Es gab weitaus überwiegende Zustimmung zum Konzept und seiner Umsetzung. Florian Höllerer steuerte auf die ersten Studentenfragen auch etwas aus seinem Werdegang bei: Jahrgang 1967, Sohn des bekannten Literaturprofessors der TU Berlin und Mitgründers der Gruppe 47, Walter Höllerer, Studium der Germanistik und Anglistik in verschiedenen deutschen und amerikanischen Universitäten (unter anderem Princeton, wo er Toni Morrison und Joyce Carol Oates erlebte), dann die neue, verantwortungsvolle Herausforderung in Stuttgart mit einem halbjährigen Vorlauf zur – verspäteten – Eröffnung des eigentlichen Hauses am Bosch-Areal.

Florian Höllerer (links) mit  
Seminarteilnehmerin Cornelia  
Haible in der HdM-Bibliothek  
in der Wolframstraße



Florian Höllerers für Stuttgarts spezielle Literaturszene ideal zugeschnittenes Konzept beruht auf der Verbindung von »Werkstatt und Welt«. So konnten die Studierenden auch die angehenden Stuttgarter Jungautoren (bis 21 Jahre) aus der Schreibwerkstatt der Schüler in einem eigenen, langen und gelungenen Abend kennen lernen, wo Rap und Poetry-Slam geboten wurden. Die von der Robert Bosch Stiftung großzügig mit 100.000 Euro per annum für vier Jahre geförderten »Schreibwerkstätten im Literaturhaus« präsentierten an diesem Abend nicht nur den bekannten Slam-Poeten Aqiyl aus Atlanta, sondern überraschend perfekt wirkende Lyrik der Teilnehmer und Angebote der Dozenten: für Rap und Poetry-Slam Timo Brunke und Tobias Borke, für Prosa Boris Kerenski und Ulrike Wörner, schließlich für Poesie José F. A. Oliver. Das Werkstatt-Konzept bringt also den Nachwuchs vor Ort ans Schreiben und begleitet die Stuttgarter Autoren, darunter Hanns-Josef Ortheil oder Hannelore Schläffer, die wiederum in eigenen Reihen helfend mitwirken: Ortheil empfing in der Reihe Spätlesung zum Gespräch bei Wein um jeweils 22 Uhr Monika Maron und Robert Gernhardt, Hannelore Schläffer in der Reihe Übersetzungen etwa den Proust-Übersetzer Michael Kleeberg.

Unter das Label »Welt« (aus dem Grundkonzept Werkstatt und Welt) fallen dann natürlich die bekannten Autorennamen aus der Belletristik: etwa Günter Grass, der aus seinem neuen Roman »Im Krebsgang« eine begeisterte Lesung vor 700 Besuchern im Mozartsaal präsentierte. Oder den Eröffnungsevent des Hauses, den W. G. Sebald über Stuttgarter Erinnerungen mit einer ganzseitigen Feuilleton-Wiedergabe seines Essay in der Stuttgarter Zeitung bestritt, bevor er kurz darauf in England durch einen Autounfall starb. Und schließlich eine durch ihre mutigen Minderheiten-Themen bekannte Autorin wie Rita Mae Brown oder Susan Sontag. Sicherlich gehört hierher auch die Reihe »Zeitgespräch«, in der in Lesung und Gespräch so bekannte Namen wie Peter Nádas, György Konrad, der Psychoanalytiker Arno Gruen (über das

„Fremde“ in uns) und der Philosoph Peter Sloterdijk (über PISA und neue pädagogische Ansätze) diskutierten. Weitere, von den Studenten im Seminar Literaturhäuser besuchte Höhepunkte waren in der Reihe RadioArt (moderiert vom SWR-Journalisten Uwe Kossak) der Stuttgarter Neu-Germanist Heinz Schläffer (über sein provozierendes Buch »Die kurze Geschichte der Deutschen Literatur« im Gespräch mit der jungen, inzwischen mit dem Literaturhaus-Preis gewürdigten Autorin Ulrike Draesner) und schließlich das Werkstattgespräch »zwischen den Medien«, der Briefwechsel von Leos Janáček in der neuen Briefausgabe des Komponisten, großartig begleitet vom weltbekannten Janáček-Quartett. Eine solche organische Verbindung »zwischen den Medien«, wo aus von Schauspielern vorgelesenen Briefen erwachsene Musik zu Gehör kommt, und dann noch am Ende in der Sommernacht im Freien tschechische Weine und Leckerbissen serviert wurden, macht erfahrbar, was ein solcher Begegnungsort für moderne Literatur und andere Medien im Verbund für die Stuttgarter Stadtkultur an Zugewinn bedeutet. Natürlich gehören zu den aktuellen und attraktiven Programmreihen im Medienverbund auch Film- und Drehbuch-Abende zur Literaturverfilmung und Textproduktion in AV-Medien. Auch Autoren des deutschen Pop-Romans kamen nicht zu kurz in diesem Jahr.

Kein Wunder also, dass eine Studentin ihre Studienarbeit über Schreibwerkstätten mit der Bemerkung abschloss: »Am Ende möchte ich mich für das abwechslungsreiche Modul »Literaturveranstalter und ihre Programme« bedanken. Hochschule hat selten so viel Spaß gemacht und inspiriert!«

Kontakt: [wehdeking@hdm-stuttgart.de](mailto:wehdeking@hdm-stuttgart.de)

# Information und Kultur von Abidjan bis Zagreb: Goethe Institut Inter Nationes und die Hochschule der Medien arbeiten zusammen

**PROFESSOR DR.  
PETER VODOSEK,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

Das Goethe Institut Inter Nationes ist die größte Mittlerorganisation der deutschen auswärtigen Kulturpolitik. Die 1951 gegründete Organisation ist »der Pflege deutscher und europäischer Kultur im Ausland verpflichtet, vermittelt ein facettenreiches Bild Deutschlands in der Welt und leistet einen wichtigen Beitrag zum internationalen Kulturdialog«. In 76 Ländern gibt es 128 dieser Kulturinstitute, die im Auftrag der Bundesrepublik Deutschland Kulturprogramme durchführen, Sprachunterricht erteilen und aktuelle Informationen über Deutschland vermitteln. Ähnliche kulturpolitische Aufgaben, nehmen der British Council für Großbritannien und das Institut Français für Frankreich wahr.

3100 Mitarbeiter, sogenannte »entsandte« Fachkräfte aus Deutschland, sorgen zusammen mit einheimischen »Ortskräften«, für die Umsetzung der Programmarbeit. Der Etat von 267 Millionen Euro wird mit 180 Millionen Euro überwiegend vom Auswärtigen Amt und vom Bundespressdienst finanziert. Die Zentren des Instituts befinden sich in München und Bonn. Präsidentin ist Professorin Dr. Jutta Limbach, die frühere Präsidentin des Bundesverfassungsgerichts. Sie wird unterstützt von Professor Dr. Joachim-Felix Leonhard als Generalsekretär – an der Hochschule der Medien kein Unbekannter, gehörte er doch der Expertenkommission an, die die Gründung der Hochschule begleitete.

100 der insgesamt 128 Institute im Ausland (16 gibt es zusätzlich in Deutschland) bieten Aktivitäten im Bereich von Bibliotheken und Informationsvermittlung an: als Beratungsservice für Deutschlandthemen, in Form bibliothekarischer Verbindungsarbeit durch partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Informationsvermittlern des Gastlandes, durch Workshops und internationale Bibliothekskonferenzen. In Ländern, in denen es kein eigenes Institut gibt, gibt es »Deutsche Lesesäle«, deutsche Abteilungen innerhalb von Informationseinrichtungen des Gastlandes, die fachlich von einem für die Region zuständigen Goethe Institut betreut werden. Im Aufgabenbereich Bibliothek und Information ist eine erhebliche Anzahl von Absolventinnen der früheren Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI) tätig. So ist es nur natürlich,

dass die Kontakte zwischen Goethe Institut und HdM seit vielen Jahren eng und freundschaftlich sind.

## Engagement der Lehrenden

Werfen wir zuerst einen Blick auf den Anteil der Professoren. In vielen Ländern ist man daran interessiert, am Know-how deutscher bibliothekarischer Ausbildungsstätten, Bibliotheken und anderer Informationseinrichtungen zu partizipieren. Daher organisieren die Goethe Institute häufig Workshops und Seminare, gemeinsam mit Hochschulen und anderen Institutionen des jeweiligen Gastlandes. Geht es dabei um die Mitarbeit von Referenten aus Deutschland, ist der Fachbereich Information und Kommunikation eine erste Adresse. In den letzten Jahren beteiligten sich an dieser Aufgabe die Professoren Dr. Rafael Capurro (Cordoba/Argentinien, Lima und Montevideo/Peru), Margarete Payer (La Paz/Bolivien), Susanne Speck (Taschkent/Usbekistan), Dr. Frank Thissen (Lissabon/Portugal, New Delhi/Indien) und Dr. Peter Vodosek (Almaty/Kasachstan, Barcelona/Spanien, Minsk/Belarus, Moskau/Russland und Taschkent/Usbekistan). Neben diesen in der Regel bilateralen Veranstaltungen zeichnet das Goethe Institut auch für die internationale Konferenzreihe »Öffentliche Bibliotheken in einem neuen Europa« verantwortlich. Im Oktober 2002 war Professor Wolfram Henning eingeladen, bei der 5. Internationalen Konferenz in Zagreb zwei Vorträge zu halten.

Kolleginnen und Kollegen wirken aber auch an der Fortbildung von Mitarbeitern des Goethe Instituts mit, etwa mit Vorträgen über Innovationen in der Ausbildung für die Informationsberufe oder durch Einführungen an der Hochschule selbst. Einige nutzen Teile ihrer Fortbildungssemester im Ausland für Aufenthalte und zum Teil auch für praktische Mitarbeit in einem Goethe Institut, zum Beispiel in Madrid, Chicago oder New York. Darüber hinaus ist es gute Praxis, anlässlich der Teilnahme an Kongressen in anderen Ländern die Gelegenheit zu Kontaktgesprächen mit Mitarbeitern der Goethe Institute zu nutzen.



Das Goethe Institut veranstaltet für ausländische Informationsfachleute auch Studienreisen nach Deutschland, bei denen ein Aufenthalt an der Hochschule oft ein fester Programmpunkt ist. Als besonders effektiv erwies sich 1999 ein Erfahrungsaustausch mit einer Delegation aus Russland. Im Herbst 2002 Jahres sind Gruppen aus Usbekistan und Indien zu Gast an der HdM.

Das Präsidium des Goethe Instituts wird in allen einschlägigen Fragen vom Beirat »Bibliothek und Information« begleitet. Professor Dr. Peter Vodosek wurde für die Amtszeiten 1999 bis 2002 und 2002 bis 2005 in dieses Gremium berufen, dem unter anderen auch Klaus Haasis, Geschäftsführer Medienentwicklung der MFG Medien- und Filmgesellschaft (Stuttgart), Dr. Ingrid Hamm, Bereichsleitung Medien der Bertelsmann-Stiftung (Gütersloh), Eugen Emmerling, Sprecher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels (Frankfurt/Main) und Dr. Elisabeth Niggemann, Generaldirektorin von Die Deutsche Bibliothek (Frankfurt/Main) angehören. Neben der Beratung zählen vor allem auch gutachtliche Stellungnahmen und Empfehlungen von der Neukonzeption der Informationsaktivitäten bis zur tariflichen Eingruppierung von Mitarbeitern zu den Aufgaben der Mitglieder.

### Nutzen auch für Studierende

Das positive Bild wäre aber nicht vollständig, wenn nicht auch die Studierenden von der Kooperation profitierten. Besonders erfreulich ist, dass dabei Projektarbeit eine wichtige Rolle spielt. Bei der Planung des 7. Internationalen BOBCATSSS-Symposiums 1999 in Bratislava/Slowakei, das von der ehemaligen HBI als Lehrveranstaltung zum Projektmanagement gemeinsam mit der Comenius-Universität Bratislava durchgeführt wurde, war das dortige Goethe Institut ein wichtiger Partner. Im Oktober 2000 hat das Goe-

the Institut Budapest eine Projektgruppe des heutigen Fachbereichs Information und Kommunikation unter Leitung von Professor Wolfram Henning beauftragt, ein Konzept für die Bibliothek eines Roma-Gymnasiums zu entwickeln. Gegenwärtig wird gemeinsam mit dem Budapester Institut, dem Gandhi-Gymnasium Pécs, Bibliotheks- und Bildungsfachleuten sowie Sponsoren an der Realisierung des Projekts gearbeitet, das zum Pilotprojekt für Länder mit vergleichbarer ethnischer Situation werden könnte. Wertvoll ist die Kooperation mit den Goethe Instituten auch im Hinblick auf Praktika, die Studierende gerne in Bibliotheken und Informationseinrichtungen im Ausland absolvieren. Seit 1996 waren Praktikanten in Goethe Instituten folgender Städte: Buenos Aires/Argentinien, Toronto/Kanada, Sydney/Australien, Windhoek/Namibia, Santiago de Chile/Chile, Bukarest/Rumänien, Paris/Frankreich, Moskau/Russland, Thessaloniki/Griechenland, Bratislava/Slowakei, Glasgow/Großbritannien, Atlanta, New York, San Francisco/USA und Genua/Italien. Zum Teil schlagen sich die dabei gewonnenen Einsichten in Diplomarbeiten nieder<sup>1</sup>. Die Goethe Institute sind aber auch hilfsbereit bei Anfragen von Diplomanden, sofern ihre Arbeiten das Ausland betreffen, oder bei der Information über und der Vermittlung von Praktikumsstellen.

So erweist sich die langjährige Kooperation zwischen Goethe Institut und Hochschule der Medien als gegenseitiges Geben und Nehmen. Wir wissen, dass im Ausland häufig Klischees das Bild von Deutschland bestimmen. Mit unseren Möglichkeiten, das heißt als Informationsspezialisten, können wir durch die Zusammenarbeit unseren Teil für eine der Realität entsprechenden, differenzierten internationalen Wahrnehmung unseres Landes beitragen. Im Zuge der kulturellen Globalisierung eine echte Herausforderung!

Kontakt: vodosek@hdm-stuttgart.de

<sup>1</sup> Jeanette Sabo  
»Die Bibliotheks- und Informationsarbeit des Goethe-Instituts in Frankreich«.  
Stuttgart: HBI, 2000, 94 S.

Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages: Professoren der Frauenuniversität Almaty und Vertreter des Goethe-Instituts; 1. Reihe: Professor Dr. Peter Vodosek (2. v.l.) und S. L. Pralijew (3. v.l.), Rektor der Frauenuniversität





## »Action von Anfang an?« IfaK-Projekt untersucht Leseinteressen und Lektüregratifikationen von Jungen

**PROFESSOR DR. HORST HEIDTMANN,**  
Bibliotheks- und  
Medienmanagement

Immer mehr Jugendliche »outen« sich heute als Leseverweigerer. Vor allem für Jungen aller Altersgruppen bieten Nonbook-Medien (Film, Fernsehen, PC-Spiele) höhere Erlebnis- und Ereignisqualitäten als Bücher. Im Rahmen einer repräsentativen Trendbefragung hatte das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der HdM 1999 ermittelt, dass 55 Prozent der Jungen im Alter von 10 bis 16 Jahren keine erzählende Literatur (mehr) lesen; bei den befragten Mädchen lag der Anteil der Nichtleserinnen deutlich niedriger, nämlich bei etwa 33 Prozent. Als regelmäßige Leserinnen bezeichnete sich fast ein Viertel der befragten Mädchen, von den Jungen lasen weniger als zehn Prozent häufiger oder regelmäßig erzählende Literatur.

Das IfaK führt seit mehreren Semestern ein vom Wissenschaftsministerium Baden-Württemberg gefördertes Forschungsprojekt durch, um die Nutzung und Wirkung von Medienbegleitliteratur zu erforschen. Dabei wurde unter anderem deutlich, dass die aktuellen Daten zum Leseverhalten von Jungen wenig aussagekräftig sind. Die in Verlagen und Marktforschungsinstituten ermittelten Zahlen sagen nichts aus über Qualität und Intensität der Lektüre. Was lesen also die Jungen und warum lesen sie?

Auf der Grundlage eines Gesprächsleitfadens wurden insgesamt 153 Jungen im Alter zwischen 6 und 18 Jahren in Bibliotheken in Südwestdeutschland durch Einzelinterviews befragt. Diese Interviews wurden zum Teil von Studierenden im Studiengang Öffentliche Bibliotheken im Rahmen eines Projektseminars durchgeführt. Zur Überprüfung der Ergebnisse aus den narrativen Interviews wurden zusätzlich 219 männliche Schüler an neun Schulen in der Stadt Stuttgart sowie im Kreis Ludwigsburg durch einen Fragebogen befragt.

### Die aktuellen Leseinteressen von Jungen

Stärker als bei vorangegangenen Generationen sind die Lesevorlieben von Jungen (6 bis 18 Jahre) heute auf die reinen Spannungsgenres reduziert, sie lesen vorrangig oder ausschließlich:

1. Krimi/Suspense (23 Prozent)
2. Fantasy/Märchen (17 Prozent)
3. Grusel/Horror (15 Prozent)
4. Abenteuer (10 Prozent)
5. Film- und Fernsehbegleitbücher (5 Prozent)
5. Science Fiction (5 Prozent)

Die befragten Jungen nennen mehrheitlich zwar ein oder mehrere Lieblingsgenres, aber etwa die Hälfte von ihnen hat kein Lieblingsbuch oder keinen Lieblingsautor. Von der anderen Hälfte werden bei den Fragen nach dem aktuellen Lieblingsautor oder dem Lieblingsbuch – wie zu erwarten – von rund einem Drittel der Gesamtgruppe Joanne K. Rowling sowie einer oder mehrere von den Harry Potter-Bänden aufgeführt.

Liebblingslesestoffe von 6- bis 9-jährigen Jungen:

1. Harry Potter
2. Disney-Bücher (Bambi, Mulan, Pinocchio, Pocahontas, Tarzan)
3. Pettersson und Findus

Liebblingslesestoffe von 10- bis 13-jährigen Jungen:

1. Rowling: Harry Potter-Serie mit deutlichem Abstand folgen:
2. R. L. Stine: Gänsehaut-Serie
3. Thomas Brezina: Tiger-Team, Knickerbocker-Bande
4. Enid Blyton: Fünf Freunde- und Abenteuer-Serien
5. Ursel Scheffler: Kommissar Kugelblitz
6. Alfred Hitchcock: Die drei ???
7. TKKG

Liebblingslesestoffe von 14- bis 18-jährigen Jungen:

1. Rowling: Harry Potter-Serie
2. Stephen King: Friedhof der Kuscheltiere
3. John Grisham: Die Firma, Der Klient
4. Douglas Adams: Per Anhalter ins All
5. R.L. Stine: Gänsehaut-Serie

Die tradierten Klassiker der Jugend- und Abenteuerliteratur werden in allen Altersgruppen nur im Einzelfall genannt, ebenso wie Werke von bekannten, marktgängigen, von früheren Generationen geliebten Kinderbuchautoren wie Astrid Lindgren. Ästhetisch komplexe Kinder- und



Die Favoriten der Jungen

Jugendliteratur sowie die gesamte Adoleszenz- und Problemliteratur tauchen in den Listen der bei Jungen beliebten Bücher nicht auf. Die Leseinteressen fokussieren sich heute auf aktuelle, als zeitgemäß empfundene Unterhaltung (R.L. Stine, Brezina) und auf die seit Jahren bewährten Spannungsserien (»Fünf Freunde« oder »TGGK«). In immer früherem Alter nutzen Jungen Titel aus dem gesamten Spektrum der Spannungs- und Unterhaltungsliteratur für Erwachsene. Von den 14- bis 18-Jährigen bleibt ein Viertel auch im fortgeschrittenen Alter der intentionalen seriellen Kinderunterhaltung treu, bevorzugt werden weiterhin Brezina, Stine oder »Die drei ???« und »TKKG«. Lesebedürfnisse und Lesekompetenzen entwickeln sich offenkundig bei einer relativ großen Gruppe von männlichen Jugendlichen mit zunehmendem Alter nicht mehr weiter.

Ein deutlicher Unterschied zum Leseverhalten gleichaltriger Mädchen besteht im geringeren Stellenwert von Film- und Fernsehbegleitbüchern. Jungen im Grundschulalter lesen noch ebenso wie Mädchen illustrierte Disney-Bände oder Begleitbücher zu TV-Serien wie »Biene Maja« und »Pokémon«, die älteren interessieren sich allenfalls noch für »Star Wars«-Bücher oder vergleichbare Science Fiction-Stoffe.

### Lektüremotivationen und -gratifikationen

Die zentrale Lesemotivation von Jungen ist – wie bei anderen Medien auch – der Wunsch nach (ent)spannender Unterhaltung; das informativische Lesen hat nur noch für gut zehn Prozent der Jungen vorrangige Bedeutung. Das Interesse am Stoff, an einer Geschichte, einem bestimmten Genre ist für etwa sieben Prozent der Jungen vorrangige Lesemotivation.

Die besondere Gratifikation der Buchlektüre sieht die Mehrheit der Jungen darin, dass die eigene Fantasie angeregt wird, dass man Handlungen durch die eigenen Vorstellungen, durch individuelle Fantasiearbeit ausgestalten, dass man sich die Figuren individuell vorstellen kann. Dadurch können sie sich in Geschichten besser hineinversetzen und sie haben intensivere Erlebnisse als bei der Rezeption von filmischen Medien. Die zweite wichtige Gratifikation wird in der Spezifik des Rezeptionsprozesses gesehen. Die Rezeptionsgeschwindigkeit lässt sich individuell gestalten, bei Bedarf können Pausen eingelegt oder Textteile nachgelesen, wiederholt werden. Dadurch erschließt sich für manche Jungen eine gelesene Geschichte leichter als eine schnell ablaufende TV-Darbietung, Probleme und Konflikte sind besser nachvollziehbar.

Einige zentrale Aspekte der Lektüregratifikation bei Mädchen, nämlich die Ansprache von

Emotionen durch das Lesen, ein besseres Verständnis für die Gefühle der Protagonisten durch die spezifischen Mittel von Erzählliteratur (zum Beispiel Darstellung der Innensicht), Ausgestaltung und Vertiefung von parasozialen Beziehungen zu Figuren, werden von Jungen gar nicht erwähnt.

Der Rezeptions- und Fantasiaufwand, der mit der Lektüre von Büchern einhergeht, wird andererseits von etlichen Jungen als durchaus problematisch empfunden. Das Lesen ist für sie anstrengender als das Fernsehen. Für Lesemotivation und Lektüregratifikation haben deshalb formale Elemente, Erzählweisen, Dramaturgien einen höheren Stellenwert als früher. Bücher werden zunehmend nicht mehr vollständig gelesen. Für die Lesemotivation von Jungen sind der Anfang eines Erzähltextes, die ersten fünf bis zehn Seiten besonders wichtig: Wenn eine Geschichte nicht sofort mit einer spannenden Situation, mit äußerer Spannung – Action – beginnt, dann lesen viele Jungen nicht mehr weiter. R. L. Stine oder Stephen King bieten bereits auf der ersten Seite Action und Horror, erleichtern damit den Zugang zum Buch. Texte mit einer konventionellen Exposition, Klassiker oder ambitionierte Literaten verfolgen hingegen andere Ziele als nur eine Abfolge von Spannungshöhepunkten zu reihen, sie fallen daher zunehmend aus dem Lektürekanon heraus.

### Einfluss des sozialen Umfeldes auf das Leseverhalten

Bei etwa 70 Prozent der lesenden Jungen liest die Mutter, bei 50 Prozent auch der Vater. Die Mütter lesen überwiegend Romane, die Väter vorwiegend Tageszeitungen und Zeitschriften, ansonsten actionorientierte Romane. Eine Kommunikation mit den Eltern über die Lektüre der Jungen findet nur in seltenen Fällen statt. Eltern geben jedoch wichtige Impulse dadurch, dass sie Bücher kaufen und schenken. Deutlich wird, dass Jungen, von denen wenigstens ein Elternteil Bücher liest, mit höherer Wahrscheinlichkeit selbst zu aktiven Lesern werden als Jungen, die mit nichtlesenden Eltern aufwachsen.

Die Schule trägt wenig zur Festigung der Bindungen an das Medium Buch bei. Die Auswertung der Fragebögen ergab, dass von den befragten 14- bis 17-Jährigen weniger als ein Viertel mit der Schullektüre zufrieden ist. Mehr als die Hälfte der Schüler beurteilt die Schullektüre als »mäßig interessant« und etwa ein Viertel interessiert sich für die im Unterricht gelesenen Bücher überhaupt nicht (die Diskrepanz zwischen obligatorischer Schullektüre und eigenen Lektüreinteressen ist am Gymnasium am größten).

Wer als Kind keinen Zugang zu den Printmedien findet, wer nicht in frühem Alter die Erfahrung macht, dass das Lesen von Büchern ein höchst vergnüglicher Zeitvertreib sein kann, der hat es schwer, sich diesen Zugang in höherem Alter zu erschließen. Die Schule allein vermag diese Defizite nicht auszugleichen. Lesekompetenzen lassen sich Jungen wie Mädchen nur dann erfolgreich vermitteln, wenn man ihnen Zugänge zu den Texten schafft, die für sie attraktiv sind. Formen und Funktionen des Lesens werden sich weiter verändern. Die Fähigkeit jedoch, Texte sinnentnehmend lesen zu können, dürfte beim Surfen in den Datennetzen, bei der Nutzung digitaler Medien zukünftig eher noch wichtiger sein als heute.

Kontakt: heidtmann@hdm-stuttgart.de  
Link: <http://www.ifak-kindermedien.de>

#### Literaturhinweise

Das IfaK hat die Befunde aus seinen Untersuchungen zum Leseverhalten von Jungen den mit ihm kooperierenden Jugendbuchverlagen zugänglich gemacht sowie auf einigen öffentlichen Veranstaltungen vorgestellt, unter anderem im Mai 2002 im Stuttgarter Literaturhaus. Ausführlichere Zusammenfassungen und Interpretationen der Forschungsergebnisse finden sich aktuell (mit unterschiedlichen Akzenten) publiziert in:

- Horst Heidtmann: »Lesen und neue Medien. Veränderungen der Lesekultur in der Mediengesellschaft.«, in: UNIVERSITAS Nr. 673, Juli 2002, S. 723-732.
- »Lesen Jungen ander(e)s als Mädchen? Untersuchungen zu Leseinteressen und Lektüregratifikationen«, in: medien praktisch H. 3, 2002, S. 27-31.
- Ulrike Bischof und Horst Heidtmann: »Leseverhalten in der Erlebnisgesellschaft. Eine Untersuchung zu den Leseinteressen und Lektüregratifikationen von Jungen«, in: Hans-Heino Ewers (Hg.): Lesen zwischen Neuen Medien und Pop-Kultur. Kinder- und Jugendliteratur im Zeitalter multimedialen Entertainments, Weinheim und München 2002, S. 241-267.

#### Darum lesen Jungen

- »Das Buch gehört mir, der Fernseher nicht.«  
(7 Jahre, Grundschule)
- »Beim Buch ist alles genauer erklärt, beim Fernsehen kann man nur zuschauen.«  
(8 Jahre, Grundschule)
- »Lesen macht einfach mehr Spaß.«  
(8 Jahre, Grundschule)
- »Beim Fernsehen kucken, da kann man halt nichts machen, da kann man nur in den Fernseher kucken und hinsitzen und beim Lesen kann man sich halt die Zeit vertreiben.«  
(8 Jahre, Grundschule)
- »Lesen macht schlau.«  
(9 Jahre, Grundschule)
- »Beim Lesen muss man sich das vorstellen, beim Fernsehen muss man zuhören.«  
(9 Jahre, Grundschule)
- »Beim Buch, da arbeitet das Gehirn mehr.«  
(10 Jahre, Grundschule)
- »Ein Buch kann man überall mit hinnehmen, wenn es nicht zu groß ist.«  
(11 Jahre, Grundschule)
- »Beim Buch stellt man sich was selber vor, Fernsehen und Computer verrätet dir alles!«  
(11 Jahre, Hauptschule)
- »Lesen ist ein guter Zeitvertreib - meistens bevor ich schlafte lese ich.«  
(11 Jahre, Hauptschule)
- »Lesen ist besser, von viel Fernsehen kriege ich Kopfschmerzen.«  
(12 Jahre, Realschule)
- »Im Buch lernt man Wissen und im Fernsehen lernt man Dummheit.«  
(12 Jahre, Förderschule)
- »Man tut selbst etwas.«  
(15 Jahre, Gymnasium)
- »Mit Büchern kann man sich in eine andere Welt versetzen.«  
(17 Jahre, Gymnasium)
- »Beim Lesen kann man die eigene Fantasie spielen lassen, Fernsehen ist mehr Konsum.«  
(17 Jahre, Gymnasium)

# Wasserzeichen zum Schutz digitaler Medien

**PROFESSOR DR.  
ROLAND SCHMITZ,**  
Medieninformatik

Hält man einen 20 Euro-Schein gegen das Licht, so erkennt man links auf der unbedruckten Fläche eine verkleinerte, vereinfachte Version der auf dem Schein abgebildeten gotischen Kirchenfenster und darunter die Zahl 20. Dieses Wasserzeichen wird während des Produktionsprozesses in das Papier des Scheins eingebracht und soll die Echtheit des Scheins garantieren sowie eine Fälschung, etwa durch einfaches Kopieren, unmöglich machen. Im Zeitalter des Internets gewinnen die gleichen Anforderungen auch für digitale Medien, seien es Audio-, Video- oder reine Bilddaten zunehmend an Bedeutung: Digitale Kopien weisen im Allgemeinen keinen Qualitätsverlust auf und können mit Hilfe digitaler Bildverarbeitung beliebig verändert werden. Seit einiger Zeit werden daher digitale Wasserzeichen zum Schutz digitaler Medien vor unberechtigter Modifikation und unberechtigtem Erzeugen von Kopien sowie zur Sicherung des Urheberrechts eingesetzt. Der Beitrag gibt einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten digitaler Wasserzeichen und vermittelt einen Einblick in die verwendeten Techniken.

## Ein allgemeines Modell digitaler Wasserzeichen

Allgemein gesprochen, bestehen digitale Wasserzeichen aus einer Nachricht  $m$ , die beispielsweise aus einem Link auf eine Webseite oder einem Hinweis auf die Nutzung der gekennzeichneten Daten (zum Beispiel »nur für Erwachsene«) bestehen kann. Diese Nachricht wird in digitaler Form von einer Einbettungssoftware, dem Embedder, zu den eigentlichen Mediendaten, dem Cover Work, hinzugefügt. Dies geschieht in einer für den Menschen möglichst nicht wahrnehmbaren Weise. Das Einbetten kann auf die

verschiedensten Weisen geschehen; üblich ist etwa das Verschlüsseln der Nachricht vor dem Einbetten oder die Nutzung eines fehlerkorrigierenden Codes, um gegen Übertragungsfehler besser geschützt zu sein. In jedem Fall geht eine Geheiminformation ein, der Watermark Key. Diese Phase des Einbettungsprozesses wird von einem Teil des Embedders durchgeführt, der Encoder genannt wird. Der Encoder erzeugt das einzubettende Wasserzeichen-Bitmuster  $w_a$ . Auch für den eigentlichen Einbettungsprozess gibt es die verschiedensten Vorgehensweisen, auf die später noch genauer eingegangen wird. Abbildung 1 zeigt eine Übersicht des Einbettungsprozesses. Beim Transport des markierten Cover Work zu den Nutzern kann es zu Übertragungsfehlern kommen, die aber nichts an der Kennzeichnung durch das Wasserzeichen ändern dürfen. Auch böswillige Versuche der Nutzer, das Wasserzeichen zu entfernen, kann man durch Übertragungsfehler modellieren.

Möchte man nach dem Transport feststellen, ob ein Wasserzeichen vorhanden ist oder nicht, nutzt man einen sogenannten Detektor, der im wesentlichen die beim Einbetten des Wasserzeichens ausgeführten Schritte wieder rückgängig macht. Je nachdem, ob dem Detektor das ungekennzeichnete Original zur Verfügung steht oder nicht, spricht man von einem informierten oder blinden Detektor. In jedem Fall muss der Detektor über den Watermark Key verfügen.

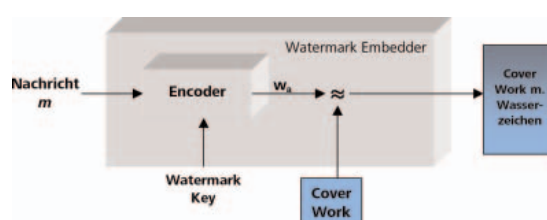
## Anwendungsmöglichkeiten digitaler Wasserzeichen

Die Zusatzdaten, die über das Wasserzeichen in das Cover Work eingebracht werden, können für die verschiedensten Zwecke genutzt werden:

– Owner Identification:

Die Nachwuchsband Newcomers bietet einige ihrer Songs kostenlos zum Download im Internet an. Um ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen, könnte die Band zusätzliche Informationen über sich in Form eines Wasserzeichens in die Audiodaten einbetten. Insbesondere könnte auch ein Link auf die Webseite der Band eingebettet wer-

Abbildung 1: Modell des Einbettungsprozesses





den. Enthält die zum Abspielen der Songs genutzte Software einen Detektor, können dem Nutzer automatisch Informationen über die Urheber angezeigt werden. Ein solcher Detektor der Firma Digimarc ([www.digimarc.com](http://www.digimarc.com)) ist heute in das Programm Adobe Photoshop integriert. Erkennt der Detektor ein Wasserzeichen in einem Dokument, kontaktiert er auf Wunsch eine zentrale Datenbank im Internet und ermittelt dort anhand der Daten aus dem Wasserzeichen weitere Informationen über den Urheber des Dokuments (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: Detektion eines Owner Identification Watermark in Adobe Photoshop



#### – Proof of Ownership

Eine ganz andere Problemstellung ergibt sich, wenn auf die Urheberschaft nicht nur hingewiesen, sondern diese auch nachgewiesen werden soll. Ein solches Wasserzeichen darf sich weder von Unbefugten erzeugen, noch durch Manipulationen des Originals wie etwa Konvertierung der markierten Datei in andere Audio- oder Bildformate, Kompression etc. entfernen lassen. Man nennt solche Wasserzeichen robust. Viele der im Internet verfügbaren Bilder werden inzwischen mit solchen Wasserzeichen geschützt, so zum Beispiel die Bilder des Rolling Stone Magazine ([www.rollingstone.com](http://www.rollingstone.com)).

Abbildung 3a: Originalbild der HdM



Abbildung 3b: Mit Photoshop erstellte »Fälschung«



#### – Transaction Tracking

Die Band Established bietet auf ihrer Webseite kostenpflichtige Songs zum Download an. Wie kann verhindert werden, dass ein User, der einmal für einen Song bezahlt hat, diesen nun auf eigene Rechnung kopiert und weiter verkauft? Eine naheliegende Lösung wäre das Einbringen eines Wasserzeichens in die Audiodaten mit der Nachricht »Do not copy«. Entdeckt ein Kopiergerät dieses Wasserzeichen, könnte es sich weigern, den Kopiervorgang auszuführen. Dieses Vorgehen krankt jedoch daran, dass man sämtliche Kopiergeräte mit entsprechenden Detektoren ausstatten müsste, die faktisch die Funktionalität der Geräte einschränken. Somit besteht kein Anreiz für die Hersteller von Kopiergeräten, solche Detektoren in ihre Geräte einzubauen.

Kann man schon das Kopieren selbst nicht verhindern, so kann man aber versuchen, denjenigen, der eine illegale Kopie erstellt hat, ausfindig zu machen. Dies geschieht mittels Transaction-Tracking Watermarks, bei denen für jeden User, der legal eine Kopie des Originals erwirbt, ein individuelles Wasserzeichen eingebracht wird, um so bei Auftauchen einer illegalen Kopie den Schuldigen identifizieren zu können. Wasserzeichen dieses Typs werden aktuell von Universal Music auf ihrer Webseite [www.popfile.de](http://www.popfile.de) eingesetzt.

#### – Content Authentification

Mit einem Bildverarbeitungsprogramm wie Adobe Photoshop ist es sehr einfach, an Bildern entscheidende inhaltliche Änderungen vorzunehmen, die im Nachhinein nicht mehr entdeckt werden können (siehe Abbildung 3a und 3b). Versieht man das Originalbild aber mit einem digitalen Wasserzeichen zur Inhaltsauthentifikation, so ist das spätere Fehlen des Wasserzeichens ein Hinweis darauf, dass das Bild manipuliert worden ist. Eine mögliche technische Lösung besteht darin, eine digitale Signatur über die Bilddaten zu erzeugen und die Signaturdaten als Wasserzeichen einzubetten. Dieses Verfahren wird von Epson bei seinen Digitalkameras angewendet (Epson Image Authentication System). Allerdings wird ein solches Wasserzeichen auch bei nicht-inhaltlichen Veränderungen wie Konvertierung in ein anderes Format oder Skalierung zerstört – eine Eigenschaft, die bei Bildern, die zu weiter Verbreitung bestimmt sind, nicht unbedingt erwünscht ist. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von fragilen Wasserzeichen. Ein aktuelles Forschungsthema sind die semi-fragilen Wasserzeichen, die zwar nichtinhaltliche Änderungen des Bildes unbeschadet überstehen, aber bei inhaltlich wesentlichen Änderungen, wie zum Beispiel dem Entfernen einer Person aus einem Bild, zerstört werden sollen.

### Einbettungstechniken

Grundsätzlich sieht man sich beim Einbetten von Wasserzeichen zwei gegensätzlichen Anforderungen gegenüber: Die Wasserzeichen sollen zum einen robust, also widerstandsfähig gegenüber Transformationen und Übertragungsfehlern, zum anderen aber nicht wahrnehmbar sein. Viele der bislang vorgeschlagenen Techniken orientieren sich an gängigen Kompressionsstandards. So werden etwa in JPEG oder MPEG-1/2 die Original-Bilddaten einer diskreten Cosinus-Transformation (DCT) unterworfen und für das komprimierte Bild werden nur die energiereichsten DCT-Koeffizienten übernommen. Ein gängiger Ansatz zum Einbetten der Wasserzeichenbits besteht daher darin, einige der energiereichsten DCT-Koeffizienten des Originals auszuwählen und gemäß der Wasserzeichenbits leicht abzuändern. Ein solches Wasserzeichen ist dann robust gegenüber den erwähnten Kompressionsverfahren.

Bei einem anderen Ansatz bringt man die Wasserzeichenbits direkt in die Bilddaten des Originals ein. Jedes Pixel  $P_{ij}$  des Originals ist durch seine Farbwerte im Rot-, Gelb- und Blauanteil definiert:  $P_{ij} = (R_{ij}, G_{ij}, B_{ij})$ , wobei der Blauanteil für die menschliche Wahrnehmung die geringste Rolle spielt. Um ein aus  $n$  Bit bestehendes Wasserzeichen einzubringen, wählt der Embedder (pseudo-) zufällig  $n$  Pixel aus und ändert deren Blauanteil leicht ab gemäß der Wasserzeichenbits. Der dazugehörige Detektor kommt ohne das Original aus, es handelt sich also um ein blindes Verfahren. Zum Detektieren des Wasserzeichens bestimmt der Detektor zunächst mittels des Watermark Keys die Pixel, deren Blauwerte vom Embedder verändert worden sind. Dann betrachtet er die im markierten Bild in der Nähe der ausgewählten Pixel liegen-

den Bildpunkte und schätzt anhand deren Blauwerte die Blauwerte der ausgewählten Pixel im Originalbild. Durch Vergleich der geschätzten Werte mit den Blauwerten des markierten Bilds kann der Detektor auf die eingebrachten Wasserzeichenbits schließen. Die Robustheit des Verfahrens kann durch mehrfaches Einbringen des Wasserzeichens an unterschiedlichen Stellen erhöht werden.

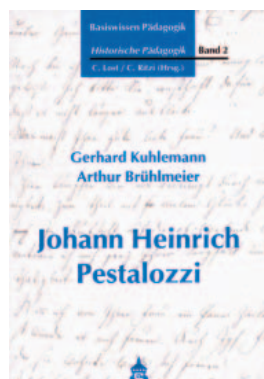
### Ausblick

Digitale Wasserzeichen stellen eine sehr junge Technologie dar, die erst seit kurzem kommerziell eingesetzt wird, aber mit Sicherheit in der Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird, wie die Initiative von Universal Music, mit [popfile.de](http://popfile.de) eine Plattform zum legalen, kostenpflichtigen Download von Musikstücken zu schaffen, deutlich zeigt. Auf der anderen Seite stellen digitale Wasserzeichen gerade für die Hochschule der Medien ein interessantes und vielschichtiges Gebiet für fachübergreifende, anwendungsorientierte Forschung dar. Der Studiengang Medieninformatik ist deshalb Mitglied im Competence Centre for Media Security ([www.ipsi.fhg.de/merit/c4m/](http://www.ipsi.fhg.de/merit/c4m/)) und wird sich in Zukunft weiter in diesem Bereich engagieren. Unter anderem ist geplant, den Einsatz von Owner-Identification und Proof-of-Ownership-Wasserzeichen bei der Erstellung von TeRM-Modulen zu untersuchen. TeRM steht für Teaching with Rich Media und ist ein im Studiengang Medieninformatik entwickeltes System zur Produktion und Verbreitung von Video-on-Demand-Vorlesungen, die mit zusätzlichen textuellen oder grafischen Inhalten synchronisiert sind (<http://term.hdm-stuttgart.de>).

Kontakt: [schmitz@hdm-stuttgart.de](mailto:schmitz@hdm-stuttgart.de)

## Publikationen

**Gerhard Kuhlemann/Arthur Brühlmeier:**  
**Johann Heinrich Pestalozzi (1746–1827)**  
 Hohengehren: Schneider-Verlag, 2002, 304 Seiten  
 (Basiswissen Pädagogik: Historische Pädagogik, Bd. 2)  
 ISBN 3-8967-6536-1, 16,00 Euro



Johann Heinrich Pestalozzi (1746–1827) steht mit einem bewegten Leben am Übergang zur Moderne und hat mit seinem schriftstellerischen Werk und seinen Erziehungsprojekten pädagogisches Denken und reale pädagogische Entwicklung entscheidend vorangetrieben.

Das in über 50 Bänden zugängliche Gesamtwerk erschwert für den heutigen Leser in seiner Werkfülle und dem Nebeneinander von Wichtigem und Beiläufigem in oft sperrig zu lesenden Texten deren Interpretation und Analyse. In Auseinandersetzung mit dem häufig instrumentalisierten »Mythos Pestalozzi« wird ein ausführlicher Überblick über Pestalozzis Leben gegeben und dabei das vielschichtige literarische Werk und die kaum zu überblickende und widersprüchliche Rezeption einbezogen. Mit Textauszügen aus acht der wichtigsten Werke und umfangreichen Einführungen zu den ausgewählten Texten wird der Zugang zu den Schriften und Gedanken des »pädagogischen Klassikers« Pestalozzi erleichtert. Eine ausführliche und kommentierte Bibliographie liefert darüber hinaus eine Fülle von wirkungs- und rezeptionsgeschichtlichen Informationen.

Diese Veröffentlichung steht in engem Zusammenhang mit dem Versuch, bildungshistorische Themen mit den Mitteln des Internets in einer ganz neuen Form aufzuarbeiten und interessierten Lesern beziehungsweise Besuchern anzubieten. So ist diese Veröffentlichung zum einen das Ergebnis der intensiven Auseinandersetzung der beiden Autoren mit Leben und Werk Pestalozzis, die sich auch in dem HdM-Projekt »Pestalozzi goes Internet« spiegelt. Zum anderen war die

Website »<http://pestalozzi.hbi-stuttgart.de>« Anlass für die Aufforderung an die Autoren, Pestalozzis Leben und Werk als Buchveröffentlichung in einem eigenen Band der Reihe »Basiswissen Pädagogik: Historische Pädagogik« vorzustellen.

Kontakt: [kuhlemann@hdm-stuttgart.de](mailto:kuhlemann@hdm-stuttgart.de)

**Thomas Hausmanninger, Rafael Capurro (Hrsg.):**  
**Netzethik: Grundlegungsfragen der Internetethik**

München: Fink Verlag, 2002  
 (Schriftenreihe des ICIE Bd. 1)  
 ISBN 3-7705-3747-5, 28,90 Euro

Digitalisierung und Internet revolutionieren unsere Welt. Mehr und mehr durchdringen sich Massenmedien und digitale Medien. Die Digitalisierung hat sich zum »Weltentwurf« (Capurro) gemauert und alle Gegenstände, Handlungsbe-  
 reiche und Lebensvollzüge in identische verarbeitbare »Information« verwandelt.

Diese Information kann insbesondere über das Internet in Sekundenschnelle global ausgetauscht werden. Dabei entstehen kommunikativ generierte Machtformen, die ethisch eingeholt werden müssen. Wie aber lassen sich ethische Standards im globalen Netz entwickeln? Welche Theoriefundamente können im digitalen Raum als tragfähig erachtet werden? Gibt es überhaupt die Chance, gemeinsam zu teilende Orientierungen und Begründungsdiskurse zu entwickeln?

Das Buch Netzethik widmet sich diesen Grundlegungsfragen der Internetethik. Es fasst die zentralen Positionen zur Begründung einer Internet- und Informationsethik zusammen, die den Diskurs in Deutschland bestimmen. Es ist die erste Publikation in der Schriftenreihe des International Center for Information Ethics (ICIE), Karlsruhe.

Kontakt: [capurro@hdm-stuttgart.de](mailto:capurro@hdm-stuttgart.de)

**Volker Wehdeking (Hrsg.):  
Mentalitätswandel in der deutschen Literatur  
zur Einheit (1990-2000)**

Berlin, Bielefeld, München: Erich Schmidt Verlag  
(Philologische Studien und Quellen, Heft 165)  
ISBN 3-5030-4974-6, 29,65 Euro



Zehn Jahre deutsche Wiedervereinigung: Zeit für einen Rückblick auf eine turbulente Dekade. Die erste Euphorie über den Fall der Mauer und die wiedererlangte nationale Einheit ist inzwischen dem Alltag voller Skepsis, Missverständnissen und Ungleichzeitigkeiten

gewichen. Dieser Mentalitätswandel spiegelt sich in der Literatur, unter anderem in Texten, die das spannungsreiche Bemühen um einen Dialog zwischen Ost und West eindringlich darstellen, aber auch in der schriftstellerischen Auseinandersetzung mit dem von »oben« verordneten Sozialismus. Der vorliegende Sammelband bietet einen fundierten Überblick über die deutsche Literatur seit 1989, die sich mit der Wende und den damit verbundenen Problemen befasst hat. Ingo Schulzes Minimalismus, Thomas Brussigs Satiren und Monika Marons Familienporträt werden ebenso behandelt wie Christa Wolfs Prosa, Durs Grünbeins Lyrik oder Christoph Heins Dramatik. Seitenblicke auf die Entwicklung des Themas in anderen Medien, im Film und in der bildenden Kunst, helfen, die veränderte Republik auszuloten. Es entsteht eine vielschichtige Bilanz der unterschiedlichen literarischen Perspektiven auf die deutsche Einheit.

Kontakt: wehdeking@hdm-stuttgart.de

## PERSONALIA

Daniela Schlichter ist seit dem 1. Mai 2002 Leiterin des Studienbüros der HdM. Zuvor war sie stellvertretende Verwaltungsleiterin am Standort Wolframstraße der HdM.



Dr. Klaus Thaler ist seit dem 18. April 2002 Professor im Studiengang Print-Media-Management. Seine Lehrgebiete sind »Prozessplanung und Prozesssimulation«.



Professor Edgar Tritschler lehrt seit dem 1. September 2002 »Finanzwirtschaft« im Studiengang Medienwirtschaft.



Elke Weißensteiner fing zum 15. August 2002 als Abteilungsleiterin des Standorts Wolframstraße der HdM an.



Christine Wolff ist seit dem 1. Mai 2002 Ansprechpartnerin für den Bereich Existenzgründung an der Hochschule der Medien.





Dieses Projekt wurde realisiert mit freundlicher Unterstützung von:

basys Print GmbH, Boizenburg

Esko-Graphics, Gent

Heidelberg Finishing GmbH, Ludwigsburg

Kodak Polychrome Graphics, Osterode

MAN Roland Druckmaschinen AG, Offenbach

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion und des Herausgebers wieder.

Die Redaktion behält sich Überarbeitung und Kürzung eingereichter Beiträge vor.

Auflage: 5000 Stück

Erscheinungsweise: Eine Ausgabe pro Semester

Herausgeber: Der Rektor der Hochschule der Medien

Redaktion: Kerstin Lauer, Professor Dr. Stefan Grudowski

Redaktionelle Mitarbeit: Ines Grömminger

Redaktionsanschrift: Hochschule der Medien, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,  
Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart

Elektronische Ausgabe: [www.hdm-stuttgart.de/hdm\\_aktuell](http://www.hdm-stuttgart.de/hdm_aktuell)

Layout: Alexander Krauth

Schrift: Frutiger next bold, mit Compatil Text LT in 9,2/12

Papier: NOPA COAT PRESTIGE von der PAPIER UNION 115 g/m<sup>2</sup>, Kunstdruck matt

Fotos: Florian Fahrbach, Prof. Stephan Ferdinand, Alexander Fischer, Rolf Kohler, Prof. Susanne Krüger, Kerstin Lauer, Jens Lill, MAN Roland Druckmaschinen AG, Markus Meider, Elisabeth Messerschmidt, Bernhard Michl, Bernhard Möller, Steffen Mühlhöfer, Dr. Micheal Murphy, Tobias Rausch, Dr. Hartmut Rösch, Ulrich Schmautz, Prof. Dr. Frank Thissen, Prof. Dr. Peter Vodosek, Prof. Dr. Volker Wehdeking, Prof. Eckhard Wendling, Ulrich Wesser, Christine Wolff

Die Hochschulzeitschrift »HdMaktuell« entstand im Rahmen eines studentischen Projekts in den Studiengängen Druck- und Medientechnologie und Print-Media-Management.

Projektleitung: Martin Schmid, Nicole Hottinger

Satz: Prof. Wolfgang Becker, Alexander Fischer, Antonie Köhler, Willi Kornher, Anna-Kathrin Müller, Minh Duc Ngo, Sarah Nock

Reproduktion: Verena Auer, Krister Kunde, Tobias Rausch, Prof. Ronald Schaul, Tina Weiler

Formherstellung: Levin Batschauer, Denis Erath, Nicolai Ganz, Prof. Dr. Thomas Hoffmann-Walbeck, Markus Meider, Mohammed Odeh, Holger Sandig

Druck: Gian-Luca Caso, Cem Gürpinar, Udo Henneberg, Stefan Kökert, Prof. Axel Ritz, Sachin Virkal, Alex Wick

Weiterverarbeitung: Florian Groß, Klaus Kappelhoff, Doris Nestler, Prof. Dr. Rainer Nestler, Hermann Schumacher, Michael Semmler, Rolf Stellwag

ISSN: 1618-6117

